

# Wpływ festiwalu nowego cyrku na rozwój miast i społeczności

## Raport z badań publiczności festiwalu Carnaval Sztukmistrzów w Lublinie.

Lublin, listopad 2024

Koordinacja badań i redakcja raportu: Aleksandra Kołtun, Badania do działania, [aleksandra.koltun@gmail.com](mailto:aleksandra.koltun@gmail.com)

Analiza danych ilościowych i elementy wizualne: Anastazja Szuła

Analiza danych jakościowych: Małgorzata Klimkowska, Oskar Adamus

Projekt graficzny, dostępność cyfrowa pliku: Anastazja Szuła

Współpraca: Zespół badawczy ds. Diagnoz i Analiz Polityk Miejskich „UMCS CityLab”

Zrealizowano w ramach grantów z Krajowego Planu Odbudowy i Zwiększenia Odporności  
Komponent: Odporność i Konkurencyjność Gospodarki; Inwestycja A2.5.1: Program wspierania działalności podmiotów sektora kultury i przemysłów kreatywnych na rzecz stymulowania ich rozwoju (KPO dla Kultury).



Rzeczpospolita  
Polska

Sfinansowane przez  
Unię Europejską  
NextGenerationEU



## Spis treści

I. Wstęp .....	3
II. Najważniejsze wnioski z badań.....	4
III. Co już wiemy? Wpływ festiwalu na gospodarkę i społeczności w literaturze przedmiotu	7
Wpływ ekonomiczny.....	7
Wpływ społeczny.....	8
Wpływ kulturowy.....	10
IV. Podstawowe informacje na temat Carnawalu Sztukmistrzów.....	12
V. Podstawowe informacje o badaniach.....	14
Porównawcze, ilościowe badania publiczności przeprowadzone w latach 2017 i 2023 .	14
Jakościowe badanie doświadczeń osób wielokrotnie powracających na festiwal .....	15
VI. Wnioski z badań .....	18
Kim jest publiczność Carnawalu Sztukmistrzów? .....	18
Źródła informacji o Carnavale Sztukmistrzów .....	28
Czym jest Carnaval Sztukmistrzów z perspektywy publiczności? .....	30
Powody udziału w Carnavale Sztukmistrzów .....	32
W jakim gronie spędza się Carnaval Sztukmistrzów? .....	33
Sposoby uczestniczenia w Carnavale Sztukmistrzów.....	37
Oceny Carnawalu Sztukmistrzów.....	42
Publiczność powracająca, publiczność nowa .....	46
Wpływ Carnawalu na miasto i mieszkańców .....	52
Aneks .....	63
Literatura cytowana.....	66
Zespół badawczy .....	73

# I. Wstęp

Współczesny cyrk, często określany mianem „nowego cyrku”, wykracza poza tradycyjną rozrywkę, stając się formą sztuki, która łączy w sobie występy, akrobatykę i elementy teatralne. Celem niniejszego raportu jest wszechstronne opisanie wpływu, jaki na miasto i mieszkańców ma Carnaval Sztukmistrzów, popularny w Lublinie plenerowy festiwal nowego cyrku. W raporcie wskazujemy obszary wpływu festiwalu na rozwój ekonomiczny (turystykę, konsumpcję, wizerunek miasta), społeczny (otwartość na różnorodność, poczucie wspólnoty) oraz kulturowy (rozwijanie zainteresowań).

Podstawą dla zaprezentowanych tu wniosków są badania ilościowe, przeprowadzone metodą sondażu bezpośredniego wśród publiczności festiwalowej w latach 2017 i 2023. W obydwu badaniach wykorzystaliśmy tę samą metodologię, co pozwoliło nam na przeprowadzenie systematycznych porównań w czasie. W raporcie wskazujemy, czy i w jaki sposób zmienił się skład publiczności, jej preferencje oraz deklarowane zachowania w okresie, gdy wybuchła pandemia Covid-19 oraz wojna w Ukrainie.

Dodatkowo, w 2024 roku przeprowadziliśmy dwa wywiady grupowe. Wzięło w nich udział łącznie 14 osób, które były na Carnavale Sztukmistrzów co najmniej dwa razy. Dzięki badaniom jakościowym udało się nam uchwycić, jak same osoby uczestniczące w Carnavale postrzegają to, co dzieje się z nimi w związku z udziałem w wydarzeniu. W szczególności skupiliśmy się na efektach społecznych i poznawczych, a więc takich, którym w literaturze przedmiotu poświęca się mniej uwagi niż efektom ekonomicznym czy wizerunkowym.

Stworzony przez nas katalog efektów uczestniczenia w festiwalu z pewnością nie jest wyczerpujący. Niemniej, dzięki ugruntowaniu w danych empirycznych, stanowi on dobry punkt wyjścia dla dalszych badań i pogłębionych dyskusji. Mamy także nadzieję, że przedstawione tu wyniki badań pomogą lepiej zrozumieć, jak w ostatnich latach zmieniły się preferencje uczestników i uczestniczek festiwalu, a także będą stanowić narzędzie do bardziej efektywnego planowania działań i sprawniejszego reagowania na chwiejną sytuację sektora kultury.

## II. Najważniejsze wnioski z badań

Porównując wyniki badań z 2023 i 2017 roku widać, że skład publiczności Carnawalu Sztukmistrzów pozostaje niemal bez zmian jeśli chodzi o cechy takie jak płeć, poziom wykształcenia czy ocena własnej sytuacji materialnej. Wśród osób uczestniczących wciąż dominują kobiety (61,7%), osoby w młodym wieku (50% badanych miało 37 lat i mniej), z wykształceniem co najmniej wyższym (łącznie 63,7%). 68,4% osób ocenia swoją sytuację materialną jako dobrą i bardzo dobrą. Więcej niż połowa uczestników i uczestniczek – 52,8% deklaruje zamieszkanie poza Lublinem. 6,2% badanych pochodził z kraju innego niż Polska, m.in. z Ukrainy (3,4%) oraz pozostałych krajów europejskich (2,5%).

Niewielkie zmiany dotyczą wieku publiczności festiwalowej – stała się nieco starsza, o około 2-4 lata w stosunku do 2017 roku. Również jeśli chodzi o ocenę sytuacji materialnej mamy do czynienia ze spadkiem o ok. 5% udziału osób, które można określić jako zadowolone. Jeśli wziąć pod uwagę, że pomiędzy dwoma edycjami badania miał miejsce szereg wydarzeń destabilizujących gospodarkę, odsetek ten można uznać za niewielki.

W porównaniu z 2017 roku, w 2023 wyraźnie wzrósł udział osób spoza Lublina oraz pochodzących z kraju innego niż Polska. W 2017 roku odsetek osób spoza miasta wyniósł 43,1%; w 2023 było to już 52,8%. Z kolei jeśli chodzi o odsetek obcokrajowców, wzrósł on z 3,75% w 2017 roku do 6,2% w 2023.

61,7% osób uczestniczących w Carnavale Sztukmistrzów w 2023 roku zadeklarowało, że były na nim już wcześniej. Przy tym, dla niemal 1/4 ogółu publiczności była to co najmniej czwarta edycja, a dla kolejnych 8,5% co najmniej siódma.

Carnawal Sztukmistrzów jest jedynym z badanych wydarzeń, na którym nie widać, aby wciąż trwało „odzyskiwanie” publiczności po pandemii Covid-19. Jedynie 2,1% badanych osób było na festiwalu za ostatnim razem w 2019 roku.

Zgodnie z wynikami uzyskanymi w 2023 roku 75,1% osób niemieszkających w mieście przyjechało do Lublina właśnie po to, aby wziąć udział w Carnavale Sztukmistrzów. Osoby spoza Lublina zadeklarowały korzystanie z szeregu usług w związku z całonocnym pobytem w mieście. Niemal 80% badanych zadeklarowało wyjście do restauracji, około połowa – wyjście do pubu lub baru lub zrobienie zakupów spożywczych. Jeśli chodzi o noclegi, 31,8% osób przyjezdnych wynajęła pokój w hotelu, zaś 28,1% kwaterę lub apartament. Niemal co czwarta osoba robiła zakupy w centrum handlowym.

W porównaniu do 2017 roku mamy do czynienia z ponad dwukrotnym wzrostem udziału osób korzystających z oferty hoteli (wzrost z 12,5% do 31,8%) oraz tych, które wynajmowały apartamenty lub kwatery (wzrost z 12,5% do 28,1%).

Badania z 2023 roku pokazują, że uczestnicy i uczestniczki festiwalu niemieszkający w Lublinie chętnie korzystały z szerszej oferty kulturalnej miasta. 33,3% zadeklarowało wizytę w muzeum, 18,2% zakup wejściówek na wydarzenia inne niż Carnaval, 17,2% wizytę w kinie lub teatrze.

83,4% osób, które uczestniczyły w badaniu ankietowym, zgodziło się ze stwierdzeniem „Carnaval Sztukmistrzów sprawia, że jestem dumny/a z Lublina” [lub] „...że mieszkańcy Lublina mogą być dumni ze swojego miasta”.

Dla lublinian i lublinianek, którzy wzięli udział w wywiadach, festiwal stanowi okazję do postawienia siebie w roli dumnego mieszkańca czy dumnej mieszkanki. Takie sytuacje – zakładające prezentowanie siebie wobec pewnego rodzaju publiczności, czyli osób przyjezdnych – są z kolei ważnym elementem kształtowania lokalnej tożsamości.

Uczestnicy i uczestniczki wywiadów, którzy przyjeżdżali na Carnaval Sztukmistrzów z innych części Polski, mieli szczególnie pozytywny obraz Lublina – i był to obraz silnie ukształtowany ich doświadczeniami z festiwalu. Osoby te opisywały Lublin jako miasto magiczne, oferujące niecodzienne doświadczenia i wydarzenia wyjątkowej jakości, miasto przesycone kulturą, która pojawia się w każdym zakątku i szczelnie wypełnia przestrzeń. Wśród tych badanych osób Lublin jest też postrzegany jako miasto pełne dynamiki, w którym ciągle coś się dzieje i wszędzie słychać języki z całego świata.

W 2023 roku w osobom uczestniczącym w Carnavale Sztukmistrzów najczęściej towarzyszyli najbliżsi: 44,4% badanych było na festiwalu w towarzystwie małżonków lub partnerów i partnerek, 39,4% z dziećmi. 40,7% badanych miało za towarzyszy swoich znajomych. Jedynie 5,8% osób było na festiwalu na własną rękę – i jest to najniższy odsetek spośród wszystkich badanych wydarzeń.

Wizytom na Carnavale towarzyszą też spontaniczne spotkania z dalszymi znajomymi. Jak podkreślają socjologowie, to właśnie utrzymywanie kontaktów z osobami, które nie należą do naszego najbliższego kręgu rodzinnego lub towarzyskiego, jest kluczowe dla podtrzymywania efektywnych sieci społecznych.

Udział w Carnavale Sztukmistrzów wywoływał w naszych rozmówcach poczucie, że współdzielą z innymi swoje przeżycia i emocje, a także – że wszyscy obecni stanowią swego rodzaju wspólnotę. Jakkolwiek byłaby ona efemeryczna, jest to sytuacja o dużej doniosłości społecznej. Rzadko bowiem zdarza się, żeby nieznanymi ludziami, w tak dużej liczbie, mieli poczucie, że coś ich łączy, a przy tym to coś nie jest antagonizujące wobec żadnej innej grupy społecznej (jak ma to miejsce podczas wyborów politycznych czy na wydarzeniach sportowych).

Co czwarte dziecko biorące udział w Carnavale Sztukmistrzów miało co najwyżej sześć lat. Można więc zakładać, że festiwal ma silny potencjał edukacyjny: im wcześniej dzieci traktują kulturę i sztukę jako coś, co po prostu „robi się” w czasie wolnym i z rodzicami, tym większa szansa, że w przyszłości same staną się członkami i członkiniami publiczności kulturalnej.

Z wywiadów jakościowych wynika, że to chęć zabawienia się, oderwania od codziennego życia jest jednym z najistotniejszych elementów doświadczenia festiwalowego na Carnavale, a także czymś, po co się wraca. Osoby badane podkreślały, że odczucia te pojawiają się w odpowiedzi na wyjątkowe uzdolnienia artystów i artystek: ich sprawność fizyczną, finezję w ruchu, ale także poczucie humoru i umiejętność żywego angażowania publiczności.

Ważnym elementem jest tu również nagromadzenie wydarzeń w przestrzeni publicznej, które daje poczucie intensywności oraz zawieszenia tego, co „normalne” i dobrze znane z życia codziennego. Wreszcie, źródłem pozytywnych odczuć są inni uczestnicy i uczestniczki Carnawalu – wszyscy uśmiechnięci ludzie, którzy podobnie przeżywają i reagują na podzielane sytuacje.

95,6% osób uczestniczących w Carnavale Sztukmistrzów w 2023 roku poleciłoby go swoim znajomym. 83,4% badanych twierdzi, że weźmie udział w festiwalu w kolejnym roku.

Zarazem z badań jakościowych wynika, że osoby, które regularnie uczestniczą w Carnavale, są coraz bardziej rozczarowane zmniejszającą się różnorodnością jego programu. Chodzi tu przede wszystkim o brak spektakularnych występów na ogromnych scenach, a także powtarzalność niektórych występów. Zmiany w programie wynikają z kolei z ograniczonego budżetu imprezy: wielkość środków przeznaczonych na jego organizację w latach 2017 i 2023 uległa zmniejszeniu. Dalsze niedofinansowanie imprezy jest poważnym zagrożeniem dla jakości festiwalu, a co za tym idzie, dla utrzymania publiczności, zwłaszcza tej, która przyjeżdża do Lublina specjalnie na Carnaval Sztukmistrzów.

### III. Co już wiemy? Wpływ festiwali na gospodarkę i społeczności w literaturze przedmiotu

W niniejszym rozdziale przedstawiamy najważniejsze wnioski, jakie płyną z przeglądu literatury na temat wpływu festiwali na rozwój miast i społeczności. Odwołujemy się tu wyłącznie do źródeł naukowych; w dużej mierze są to opracowania wyrastające z badań empirycznych. Ze względu na tematykę tego raportu z przeglądu wykluczaliśmy źródła dotyczące festiwali organizowanych na obszarach wiejskich, a także większość pozycji mówiących o wpływie festiwali organizowanych oddolnie przez lokalne społeczności. Badany przez nas Carnaval Sztukmistrzów, choć stworzony przez lokalne środowisko kulturalne, jest zarządzany przez wyspecjalizowaną w tym kierunku instytucję kulturalną; nie zakłada się tu szerszego udziału lokalnych społeczności na etapie programowania działań. Nie uwzględniamy tu również literatury dotyczącej wpływu festiwali na środowisko przyrodnicze; zainteresowanych czytelników i czytelniczki odsyłamy do artykułu, który przedstawia metodologię mierzenia tego rodzaju wpływu konkretnie w odniesieniu do festiwali kulturalnych (Collins, Cooper 2017).

#### Wpływ ekonomiczny

Mierzenie wpływ ekonomicznego festiwali spotkało się z ogromnym zainteresowaniem badaczy (por. dostępne studia przypadków, np. Bracalente i in. 2011; Brown i in. 2002; Carlsen 2004; Saayman, Rossouw 2011; Vecco, Srakar 2017). W najbardziej podstawowym sensie ekonomiczny wpływ festiwali na miasto przejawia się w postaci wydatków, jakich wymaga ich organizacja. Przynajmniej w założeniach środki te powinny zasilać lokalną gospodarkę poprzez zaangażowanie miejscowych dostawców usług i produktów, a także artystów czy przedstawicieli różnych kreatywnych zawodów (związanych z m.in. szeroko rozumianym projektowaniem, reklamą, działalnością wydawniczą czy mediami). Podobnie, festiwale mogą przyczyniać się do tworzenia miejsc pracy – zarówno bezpośrednio związanych z zarządzaniem wydarzeniami, jak i w innych sektorach, takich jak hotelarstwo, gastronomia czy handel detaliczny (por. Getz i in. 2018; polskie badania: Krakowskie Biuro Festiwalowe 2017; Kutwa 2022).

Wpływ ekonomiczny jest również często rozumiany w kategoriach poprawy wizerunku miasta, co z kolei ma spowodować wzrost liczby turystów oraz zachęcać do wielokrotnych odwiedzin w danym miejscu (Cole, Chancellor 2008; Prentice, Andersen 2003; Richards, Wilson 2004). To właśnie zdolność do stymulowania ruchu turystycznego jest uznawana za jeden z najważniejszych obszarów wpływu festiwali kulturalnych na gospodarkę (Getz 2007, 2008; Getz i in. 2018; Long, Robinson 2004; Richards, Palmer 2010). Do kluczowych

wskaźników zalicza się tu liczbę osób, które przyjeżdżają do danego miejsca w związku z konkretnym wydarzeniem (i nie przyjechałyby bez zachęty z postaci tego wydarzenia), a także wielkość ich wydatków związanych z pobytem w mieście (nie tylko na samym festiwalu). Ostatecznie, obecność turystów ma bowiem przyczynić się do zwiększenia przychodów miast.

Większość spośród dostępnych opracowań dotyczących ekonomicznego wpływu festiwali skupia się na jego pozytywnych stronach. Tymczasem już od dawna zwraca się uwagę na negatywne skutki nadmiernego ruchu turystycznego, m.in. nadmiernego obciążenia dróg i przestrzeni publicznych, zwiększonego hałasu czy nawet poczucia wyobcowania w miejscu zamieszkania. Wspomniane tu koszty, ponoszone zwykle przez zwykłych mieszkańców oraz środowisko naturalne, pozostają zwykle niedoszacowane (Kim and Uysal 2003; Yolal i in. 2012).

Jednocześnie w literaturze pojawiają się coraz liczniejsze opracowania wskazujące na potrzebę takiego zarządzania festiwalami, aby wspierały one zrównoważoną turystykę – taką która opiera się na lokalnych zasobach, ale nie drenuje ich w nieograniczony sposób (por. Liu i in. 2019; Okech 2011; O'Sullivan, Jackson 2002; Pirnar, Celebi 2020; Quinn 2006)

Opracowania dotyczące ekonomicznego wpływu festiwali i wydarzeń kulturalnych wywołują kontrowersje również ze względu na brak zgody co do zastosowanych metod badawczych i schematów wnioskowań (por. Crompton, McKay 1994; Snowman, Antrobus 2002; Sterngold 2014). Nie ma powszechnie akceptowanego modelu pomiaru szeroko rozumianego wpływu ekonomicznego ani określania, które wydatki dokonane przez turystów zostały dokonane konkretnie w wyniku uczestnictwa w festiwalu (por. zwięzły przegląd metod szacowania wpływu ekonomicznego, w tym ich ograniczeń, w: Dwyer, Jago 2018).

## Wpływ społeczny

W ostatnich latach, obok opracowań skupionych na wskaźnikach ekonomicznych, w coraz większym stopniu zwraca się uwagę również na takie efekty festiwali, które, choć są trudno policzalne, mają równie istotne znaczenie dla jakości życia miast i społeczności. Obejmują one, między innymi wzmacnianie poczucia przynależności do miejsc i wspólnot, a także rozwijanie kapitału społecznego osób zaangażowanych w organizację wydarzeń oraz w nich uczestniczących.

Festiwale kulturalne stanowią tło dla różnorodnych interakcji społecznych, w tym takich, które są całkowicie niezaplanowane. W tym sensie można je uznać za przykład tzw. „trzeciej przestrzeni”, czyli przestrzeni poza domem i miejscem pracy, w której mają miejsce swobodne interakcje i kształtują się wspólne doświadczenia całych społeczności. Przyjmuje

się, że „trzecie przestrzenie” odkrywają ważną rolę w kształtowaniu lokalnych wspólnot (Jeffres i in. 2009; Oldenburg 1999; Peattie 1998). Zarazem nie brakuje głosów, że we współczesnych miastach jest ich coraz mniej (Oldenburg 1997). Badania pokazują, że te festiwale kulturalne, które odbywają się regularnie i posiadają stałą publiczność, mają szanse przynajmniej w niewielkim stopniu wypełnić tę lukę (Hawkins, Ryan 2013; por. także studium przypadku Nocy Kultury w Lublinie: Głuchowski, Klimkowska 2021).

Co więcej, badania wskazują, że udział w festiwalach pozwala jednostkom dzielić się doświadczeniami i budować znaczące relacje (por. Quinn 2005, McKercher i du Cros 2002). Picard (2015) wskazuje, że osoby uczestniczące w festiwalu dzielą się spostrzeżeniami, anegdotami, a także tworzą wspólne wspomnienia i narracje. W ten sposób wytwarzają one „wspólne odniesienia przynależności” (Picard 2015: 9), które z kolei przyczyniają się do zwiększenia poczucia wspólnoty. Picard dowodzi też, że uczestnictwo w festiwalach ułatwia rozluźnienie zwykle akceptowanych norm i granic, na przykład między płciami lub grupami etnicznymi. Podczas festiwali przedstawiciele różnych grup społecznych mieszają się, przebywając w tym samym otoczeniu oraz, nierzadko, dzieląc pozytywne doświadczenia. W ten sposób, według Picarda, festiwale tworzą atmosferę sprzyjającą integracji.

Festiwale stanowią też okazję do publicznego świętowania, dając osobom uczestniczącym poczucie posiadania wspólnego celu. W konsekwencji, festiwale mogą wywoływać silne poczucie tożsamości lokalnej lub wspólnotowej (De Bres, Davis 2001; Jaeger, Mykletun 2003). Liczni badacze odwołują się w tym kontekście do klasycznych prac Emile’a Durkheima, w szczególności jego prac na temat solidarności społecznej (1990; org. 1915; por. Addo 2009). Durkheim podkreślał, że poczucie solidarności wśród ludzi pojawia się w wyniku dzielenia podobnych przekonań i zachowań, gdy jednostki znajdują się w tej samej przestrzeni fizycznej i wchodzi z sobą w interakcje. W tym kontekście niektórzy badacze posługują się pojęciem „solidarności emocjonalnej” w odniesieniu do więzi, jaka rodzi się pomiędzy mieszkańcami a turystami w czasie festiwali kulturalnych (por. Yozukmaz i in. 2020; Woosnam i in 2014, 2016).

Doświadczenie przynależności przy jednoczesnym pozostawaniu poza tradycyjnymi strukturami społecznymi jest tym, co Turner (1969) nazywa *communitas*. Pojęcie *communitas* odnosi się do poczucia więzi i przynależności, które rodzi się spontanicznie wraz z zaangażowaniem w określoną formę aktywności społecznej. Festiwale można uznać za tzw. wydarzenia liminoidalne, czyli takie, które stwarzają specyficzny stan zawieszenia, dwuznaczności (ale jednocześnie nie są rytuałami społecznymi o określonym przebiegu w czasie i przestrzeni; por. Turner 1982, 1984). Duffy i Mair (2017) podkreślają, że nawet jeśli tego typu odczucie silnej więzi z innymi ludźmi jest tymczasowe, festiwale wciąż odgrywają

ważną rolę we wzmacnianiu poczucia przynależności do różnych wspólnot. Z kolei Fincher oraz Iveson (2008) zaznaczają, że poprzez tymczasowe odwrócenie codziennego porządku społecznego festiwale mogą zachęcać swoich uczestników i uczestniczki do poszukiwania potencjalnie nowych tożsamości społecznych oraz odkrywania, że te przypisane im na co dzień nie muszą być jedynymi.

Ponadto, uznaje się, że festiwale, poprzez tworzenie okazji do interakcji społecznych, sprzyjają rozwojowi kapitału społecznego (Arcodia i Whitford 2006; Duffy i Meir 2017; Morgan 2008; Moscardo 2007, Quinn, Wilks 2013). Wśród konkretnych działań, poprzez które festiwale mogą stanowić wkład w rozwój kapitału społecznego, wymienia się m.in. tworzenie możliwości uczenia się i rozwoju umiejętności dla jednostek, zachęcanie do efektywnego wykorzystywania zasobów społeczności lokalnej czy organizowanie wolontariatu.

Niezależnie od zwiększonego zainteresowania społecznym wpływem festiwali, badania empiryczne w tym obszarze posługują się rozproszonym zestawem wskaźników. Wskaźniki, które są określane jako „społeczne”, odnoszą się do cech programu festiwali (np. udziału w całościowym programie działań edukacyjnych oraz działań stworzonych oddolnie przez lokalne wspólnoty; tworzenia programów wolontariackich; liczby partnerstw między organizacjami), cech publiczności (liczby osób uczestniczących, w tym osób identyfikujących się z różnorodnymi mniejszościami; proporcji publiczności nowej i powracającej), czy też deklarowanych odczuć i zachowań publiczności (m.in. poziomu satysfakcji; wzmocnionego poczucia przynależności czy lokalnej dumy; postrzegania własnej lokalnej wspólnoty; kontaktów z przedstawicielami innych kultur lub grup społecznych, które na co dzień pozostają zantagonizowane). Z kolei wystandaryzowane skale badawcze zaliczają do wpływu społecznego wskaźniki ekonomiczne oraz te związane ze zwiększaniem zainteresowania daną dziedziną sztuki / kultury (np. *Festival Social Impact Attitude Scale*: Bagiran, Kurgun 2016; Delamere i in. 2001; Pavluković i in. 2017; Van Winkle, Woosnam 2014; *Social Impact Evaluation* oraz *Social Impact Perception*: Small 2007; Small i in. 2005). Warto zauważyć, że większość z wymienionych tu źródeł uwzględnia również negatywny wymiar wpływu społecznego, przejawiający się w tzw. zachowaniach antyspołecznych (por. Deery, Jago 2010).

## Wpływ kulturowy

Paradoksalnie, kulturowy wpływ festiwali pozostaje najslabiej zdefiniowany spośród wszystkich opisywanych tu obszarów badawczych. Często nie stanowi on oddzielnej kategorii, a jest łączony, jak wspomnieliśmy wyżej, z wpływem społecznym (np. Devesa, Roitvan 2022; Delamere i in. 2001; Klamer i in. 2022; Robertson i in. 2009). Colombo (2016)

proponuje narzędzie stworzone specjalnie w celu mierzenia wpływu kulturowego festiwalu, nazwane *Cultural Impact Perception*. Skala ta obejmuje zagadnienia takie jak zachowanie lokalnych tradycji, zdobywanie nowych oraz różnorodnych doświadczeń kulturalnych, rozwijanie umiejętności związanych ze sztuką i kulturą, zwiększanie poziomu zainteresowania lokalną kulturą i historią, kontakty międzykulturowe, czy poczucie lokalnej dumy.

W odniesieniu do festiwali kulturalnych znaleźliśmy tylko jedno opracowanie, które uwzględniałoby podstawową wartość estetyczną jaką jest piękno (Klamer i in. 2022). Niestety, nawet w tym opracowaniu wpływ doświadczeń estetycznych związanych z odczuwaniem piękna nie został zoperacjonalizowany badawczo (podczas gdy badania takie są wykonywane w odniesieniu do różnych dziedzin sztuki – ale nie samych festiwali; por. opracowanie przeglądowe: Carnwath, Brown 2014).

Wpływ kulturowy festiwali można rozumieć również w kategoriach *placemakingu*, Festiwale przyciągają do miejsc, które na co dzień mogą pozostawać mało atrakcyjne lub słabo wykorzystane, a także sprawiają, że stają się one przestrzeniami gęstych interakcji i pozytywnych doświadczeń. W ten sposób przyczyniają się one do przekształcania znaczeń, jakie ludzie przypisują określonym miejscom (por. opracowania na temat festiwali oraz *placemaking*: Cudny 2016; Johansson, Kociatkiewicz 2011; oraz studia przypadku: Brownett, Evans 2020; Lau, Li 2015; Rota, Salone 2014; Wynn 2015; w tym studium przypadku Nocy Kultury, jednego z lubelskich festiwali kulturalnych: Kietlińska 2021; Szuła, Stępiak 2021). Proces ten może mieć miejsce oddolnie – jako rezultat różnorodnych kreatywnych praktyk i działań podejmowanych przez lokalne społeczności. Coraz częściej obserwuje się jednak, że festiwale są po prostu narzędziem miejskich polityk, których celem jest rewitalizacja określonych miejsc w mieście (Courage, McKeown 2019; Whitford 2009).

Co jednak najistotniejsze, badania z obszaru *placemaking* pozwalają podważyć argument, że festiwale są jedynie krótkotrwałymi interwencjami. Edensor i Anderson (2019) pokazują, że tymczasowe doświadczenie festiwalowe ma wpływ na codzienne doświadczenie miejsc (por. także Kołtun 2021 – studium przypadku Nocy Kultury w Lublinie). Dzieje się tak, ponieważ festiwale pozwalają mieszkańcom spojrzeć na miejsca w nowy sposób poprzez ich defamiliaryzację, a następnie ponowne odkrycie ich lokalności (por. Edensor, Sumartojo 2018).

## IV. Podstawowe informacje na temat Carnawalu Sztukmistrzów

Carnaval Sztukmistrzów to wiodący w Polsce festiwal teatrów cyrku współczesnego, który już od 15 lat prezentuje polskie i zagraniczne spektakle cyrkowe, uliczne i teatralne. W ciągu 4 dni Lublin zmienia się w wielką scenę, na której prezentują się artyści z całego świata. To około stu wydarzeń: spektakle sceniczne, spektakle w namiotach cyrkowych, przedstawienia uliczne, występy buskerów, performerów i muzyków, a także moduł Urban Highline Festival (jeden z największych na świecie festiwali slackline'u).

Jak deklarują organizatorzy, istotą Carnawalu jest zabawa:

Namioty eksplodują teatrem nowego cyrku. Objawia świat, w którym sztuka staje się jednością a bariery i podziały na teatr, cyrk, żonglerkę, taniec czy muzykę przestają istnieć w obrazie artystów totalnych. Ulice spłyną strachem, podnieceniem i śmiechem z naszej codziennej spętanej kultury. To wszystko za sprawą buskerów z całym anturażem im właściwym. (...)

Niebo po raz kolejny opanują nie anioły czy gołębie, a highlinerzy, którzy przysłonią słońce blaskiem umiejętności i brawurą swoich kroków.

Niech się stanie Carnaval!!!

[carnavallublin.eu/pl/o-festiwalu/#idea](http://carnavallublin.eu/pl/o-festiwalu/#idea)

Zasadnicza część programu festiwalowego odbywa się w przestrzeni miasta – na ulicach, placach i w zaułkach miasta – i jest bezpłatna. Występy ogląda się z poziomu ziemi – kto przybywa pierwszy, zajmuje miejsce na specjalnie udostępnionych poduszkach z przodu (zwykle są to miejsca zostawiane dzieciom). Kolejni widzowie ustawiają się w rzędach, właściwie aż do momentu, gdy już niczego nie widać. Sceną staje się wówczas skrawek chodnika, tymczasowo wygrodzony przez gromadzących się dookoła ludzi. Artyści zwykle prezentują swoje spektakle kilkakrotnie w ciągu festiwalu (w tym nierzadko 2-3 razy w ciągu jednego dnia). Kolejną bezpłatną atrakcją są slacklinerzy, przemieszczający się na linach zawieszonych pomiędzy budynkami wysoko nad głowami ludzi. Co roku w programie znajdują się też wydarzenia biletowane, które mają miejsce w specjalnie postawionych namiotach i na scenach teatralnych. W ostatnich latach organizatorzy sukcesywnie zwiększali ich udział w programie.

Przez wiele lat w programie Carnawalu znajdowały się także wielkie, spektakularne widowiska, zlokalizowane na jednym z głównych placów Lublina (2012-2019). Spektakle te nierzadko wymagały postawienia ogromnej scenografii i przyciągały rzesze ludzi. Począwszy od 2020 roku, ze względu na ograniczenia budżetowe, spektakl wielkoformatowy odbył się tylko raz, w 2023 roku, w związku z wygraniem przez miasto tytułu Europejskiej Stolicy

Młodzieży. Zmniejszony budżet zmusił też organizatorów do likwidacji modułu ulicznych koncertów. Żywiłowe występy brassbandów i kapel cyrkowych z różnych stron świata wieńczyły każdy dzień cyrkowych wrażeń. Wspólna taneczna zabawa przy muzyce granej na żywo w sercu Starego Miasta, czy też w klubie festiwalowym, podkreślała karnawałowość wydarzenia. Od 2020 muzyka na festiwalu ogranicza się do występów dj-skich w klubie festiwalowym i sporadycznych koncertów.

Dla porównania, w 2017 roku, kiedy przeprowadzaliśmy pierwsze badania ankietowe, budżet festiwalu wyniósł 1 177 852 zł. W 2023 roku było to już 1 019 714 zł. Środki na organizację festiwalu uległy zmniejszeniu nie tylko w wartościach bezwzględnych, ale również w efekcie spadku wartości pieniądza spowodowanego inflacją – wyniósł on jedynie 60% wartości z 2017 roku. Do tego dochodzą też nieustająco rosnące koszty usług niezbędnych dla organizacji wydarzenia (np. wynajmu ochrony, przenośnych toalet – są to jedne z największych wydatków poza programem artystycznym).

Od 2009 do 2019 roku współorganizatorem festiwalu była, obok Warsztatów Kultury w Lublinie, Kancelaria Prezydenta i Referat ds. marketingu miasta w Urzędzie Miasta Lublin. Współpraca ta wynikała z wpisania Carnawalu jako jednego z kluczowych produktów w strategii marketingowej miasta pod hasłem „Lublin – Miasto Inspiracji”. Carnaval był wtedy intensywnie i szeroko promowany w całej Polsce.

Warto tu dodać, że Lublin trzykrotnie gościł European Juggling Convention, czyli jedną z największych na świecie imprez gromadzących artystów cyrkowych z całego świata. Żadne inne miasto nie było gospodarzem EJC tyle razy. Jest to zasługa przede wszystkim silnego środowiska cyrkowego, jakie funkcjonuje w Lublinie wokół Fundacji Sztukmistrze, której członkowie i członkinie przez wiele lat współpracowali z festiwalem.

## V. Podstawowe informacje o badaniach

### Porównawcze, ilościowe badania publiczności przeprowadzone w latach 2017 i 2023

Cele badań ilościowych:

- zidentyfikowanie najważniejszych cech społeczno-demograficznych publiczności festiwalowych (płci, wieku, miejsca pochodzenia i miejsca zamieszkania, poziomu wykształcenia, subiektywnych ocen własnej sytuacji materialnej) oraz powodów udziału w festiwalu;
- opisanie okoliczności i deklarowanych zachowań związanych z uczestnictwem w festiwalu (towarzystwa, sposobu dotarcia, korzystania z oficjalnego programu oraz z różnych elementów programu oraz innych usług dostępnych niezależnie od festiwalu);
- zrekonstruowanie ocen różnych aspektów festiwalu, źródeł pozytywnych i negatywnych doświadczeń z perspektywy publiczności;
- wskazanie najważniejszych przejawów wpływu festiwalu na lokalną gospodarkę (m.in. tego, w jakim stopniu festiwal jest okazją do konsumowania różnorodnych towarów i usług) oraz wizerunek miasta (m.in. poczucie dumy z bycia mieszkańcem / mieszkanką Lublina, pozytywne oceny miasta ze strony osób przyjezdnych);
- uchwycenie różnic w preferencjach i zachowaniach publiczności w latach 2017 oraz 2023, w oparciu o systematyczną analizę porównawczą wyników obydwu badań (opartych o identyczną metodologię);
- dodatkowo, w trakcie analiz podjęliśmy decyzję o przeprowadzeniu porównań dla tzw. publiczności nowej (osób, które w 2023 roku były na festiwalu pierwszy raz) oraz tzw. publiczności powracającej (osób, dla których 2023 był kolejną edycją imprezy); porównanie takie pozwoliło na uchwycenie różnic pomiędzy tymi grupami (np. jeśli chodzi o cechy społeczno-demograficzne czy sposoby uczestniczenia), a także naświetlenie ich wzajemnej dynamiki (przede wszystkim w przepływach informacji na temat festiwalu).

Metoda badawcza: kwestionariusz papierowy przeznaczony do samodzielnego wypełnienia, przekazywany i odbierany po wypełnieniu przez członka zespołu badawczego w czasie festiwalu.

Badana populacja: publiczność festiwalu Carnival Sztukmistrzów, gdzie

- „publiczność” oznacza tu wszystkie osoby, które przebywają w przestrzeni i czasie wyznaczonym oficjalnym programem festiwalu, a także które zapytane „Czy jest Pan/i tutaj na Carnavale Sztukmistrzów?”, odpowiadają twierdząco;
- z badania wykluczono osoby poniżej 14. roku życia (w kwestionariuszu zadajemy pytania o osoby towarzyszące badanemu/badanej, m.in. liczbę i wiek dzieci; natomiast nie są to osoby poddawane badaniu).

Dobór próby: losowy – osoby dobierane metodą Random Route:

- dane zbierało łącznie 20 ankietów i ankieterek rozstawionych w 6 punktach na terenie festiwalu (w miejscach, gdzie odbywało się najwięcej wydarzeń z programu), w różnych godzinach w ciągu czterech dni festiwalu (najwcześniej od 15.30 i najpóźniej do 21.15 ze względu na zapadający zmrok);
- ankietery mieli za zadanie kierować zaproszenie do udziału w badaniu do co 10. osoby przechodzącej przez dany punkt; jeśli 10. osoba była w grupie, kwestionariusz wypełniała osoba, która jako ostatnia miała urodziny.

W czasie festiwalu zebrano 410 kwestionariuszy. Analizie poddano 386 kwestionariuszy (wykluczono kwestionariusze wybrakowane lub takie, co do których zachodziło podejrzenie wypełniania bez czytania pytań). Dane z papierowych kwestionariuszy zakodowano poprzez wypełnianie bliźniaczej wersji ankiety w Google Forms. Dane zostały przeanalizowane w programie SPSS.

Zespół odpowiedzialny za zebranie danych: Aleksandra Kołtun, Maja Adamczyk, Julia Adamowicz, Dawid Arabasz, Aleksandra Budzyńska, Filip Cizek, Szymon Karpiński, Wioletta Kolatorowicz, Mateusz Kowalczyk, Michał Kutkovi, Michał Kwiecień, Mateusz Matuszewski, Damian Popiołek, Magdalena Sitarska, Dominik Skrzypiec, Aleksandra Strus, Julita Walenkiewicz, Julia Wintmiller, Julia Worlicka, Daniel Yevdokymov, Wiktoria Zięba.

Analiza danych: Anastazja Szuła, Aleksandra Kołtun, Małgorzata Klimkowska.

## Jakościowe badanie doświadczeń osób wielokrotnie powracających na festiwal

Cele badania jakościowego: udzielenie odpowiedzi na pytanie o to, czy i w jaki sposób udział w festiwalu Carnival Sztukmistrzów wpływa na osoby w nim uczestniczące, ze szczególnym naciskiem na efekty społeczne (m.in. poczucie lokalnej dumy, poczucie przynależności do wspólnot lokalnych i ponadlokalnych, otwartość na różnorodność) oraz efekty poznawczo-

kulturowe (m.in. rozwijanie zainteresowań, zdobywanie nowej wiedzy i umiejętności, zmiany przekonań na temat siebie, innych ludzi i świata).

Metoda badawcza: jakościowe wywiady grupowe, w tym jeden w formule stacjonarnej (dla osób mieszkających w Lublinie i gminach ościennych) i jeden w formule online (dla osób mieszkających w innych częściach Polski)

Dobór próby: celowy;

- osoby uczestniczące w wywiadach zostały dobrane celowo przy pomocy formularza rekrutacyjnego online, rozesłanego przez Warsztaty Kultury w Lublinie do odbiorców newslettera oraz kilkakrotnie udostępnionego w mediach społecznościowych instytucji
- kryteria doboru próby:
  - uczestniczenie w Carnavale co najmniej dwa razy (zakładamy, że im częściej dana osoba wzięła udział w festiwalu, tym efekty tego uczestniczenia są wyraźniejsze i łatwiejsze do uchwycenia również przez nią samą, a nie wyłącznie jako coś, co objawia się jako rezultat pytania zadanego przez badacza); było to kryterium konieczne
  - brak doświadczeń wolontariackich lub zawodowych związanych z festiwalem (naszym celem było przebadanie publiczności festiwalowej, a nie osób współtworzących to wydarzenie i znających je od kulis); było to kryterium konieczne
  - maksymalne zróżnicowanie ze względu na płeć, wiek, poziom wykształcenia, ocenę własnej sytuacji materialnej, miejsce zamieszkania (wieś i miasto oraz rozrzut geograficzny)

W wywiadach wzięło udział łącznie 14 osób:

- dziesięć kobiet i czterech mężczyzn;
- reprezentujących następujące grupy wiekowe: 18-25 lat; 26-35 lat, 36-45 lat, 46-55 lat, 56-65 lat (w badaniu nie wzięły udziału osoby mające więcej niż 65 lat, ponieważ wśród chętnych nie znalazły się osoby spełniające dwa kryteria konieczne);
- dziesięć osób miało wyższe wykształcenie, cztery – średnie lub policealne;
- cztery osoby zadeklarowały, że przy obecnych dochodach żyje im się wygodnie, osiem – że sobie radzą, jedna – że jest jej trudno; jedna odmówiła udzielenia odpowiedzi na pytanie;

- sześć osób mieszkało w Lublinie, trzy w innych miastach wojewódzkich, cztery w mniejszych miastach i miasteczkach, jedna na wsi; dziesięć osób w województwie lubelskim, dwie z mazowieckim, jedna w śląskim, jedna w małopolskim.

Każda osoba uczestnicząca w badaniu otrzymała wynagrodzenie wysokości 300 zł brutto; informacje o wynagrodzeniu zostały umieszczone w formularzu rekrutacyjnym.

Wywiady zostały nagrane w formacie audio oraz audiovideo (wywiad online). Następnie poddano je transkrypcji oraz pogłębionej analizie treści.

Zespół odpowiedzialny za rekrutację uczestników i uczestniczek, przeprowadzenie wywiadów oraz poddanie ich transkrypcji: Małgorzata Klimkowska, Przemysław Głuchowski.

Analiza danych: Aleksandra Kołtun, Anastazja Szuła, Małgorzata Klimkowska.

## VI. Wnioski z badań

Zaprezentowane w niniejszym raporcie wnioski stanowią syntezę ze wszystkich przeprowadzonych przez nas badań, których założenia i metodologię przedstawiliśmy w poprzednim rozdziale. Ponieważ wnioski z poszczególnych wzajemnie się uzupełniają, staramy się zawsze podawać, z którego źródła w danym momencie korzystamy (w szczególności, czy były to dane ankietowe czy z wywiadów jakościowych).

W wielu miejscach pojawiają się także odniesienia do wyników badań ilościowych z festiwalu Noc Kultury, Wschód Kultury – Inne Brzmienia Art.n.Music Festival oraz Re:tradycji – Jarmarku Jagiellońskiego. Razem z Carnavalem Sztukmistrzów są to cztery największe plenerowe imprezy o tematyce kulturalnej i artystycznej w Lublinie. Organizatorem wszystkich czterech są Warsztaty Kultury w Lublinie. Badania z 2017 roku obejmowały każdą z tych imprez; nasza powtórka w 2023 roku również objęła je w całości.

Cytaty z wywiadów wyróżniamy kursywą. W miejscach, gdzie w tekście pojawia się cudzysłowie, odwołujemy się do kategorii zaczerpniętych z wypowiedzi osób badanych.

Raport z badania publiczności Carnawalu Sztukmistrzów z 2017 roku, będący podstawą dla przeprowadzonych tu porównań, raporty badawcze z pozostałych trzech festiwali oraz całościowy raport na temat publiczności festiwalowej w Lublinie są dostępne pod adresem: [warsztatykultury.pl/pl/badania/](https://warsztatykultury.pl/pl/badania/)

Pod tym samym adresem dostępne są: scenariusz wywiadów i pliki tekstowe z transkrypcjami wywiadów, a także kwestionariusze ankiet i bazy danych ilościowych.

### Kim jest publiczność Carnawalu Sztukmistrzów?

#### Podstawowe informacje

Z badań ilościowych przeprowadzonych w 2023 roku wynika, że wśród publiczności Carnawalu Sztukmistrzów dominowały kobiety (61,7%), osoby w młodym wieku (50% badanych miało 37 lat i mniej), z wykształceniem co najmniej wyższym (łącznie 63,7%). Wśród badanych znalazło się 4,7% nastolatków, czyli osób w wieku od 14 do 17 lat. Odsetek ten nie różni się znacząco od pozostałych badanych festiwali (na których wyniósł od 3,9% w przypadku Re:tradycji Jarmarku Jagiellońskiego, do 5,5% w przypadku Innych Brzmień). 68,4% osób oceniło swoją sytuację materialną jako dobrą i bardzo dobrą. Więcej niż połowa uczestników i uczestniczek – 52,8% zadeklarowała zamieszkanie poza Lublinem. 6,2% badanych pochodziło z kraju innego niż Polska, m.in. z Ukrainy (3,4%) oraz innych krajów europejskich (2,5%).

Porównując wyniki badań z 2023 i 2017 roku widać, że skład publiczności pozostaje niemal bez zmian jeśli chodzi o cechy takie jak płeć, wiek, poziom wykształcenia czy ocena własnej sytuacji materialnej. Widać tu jedynie, że publiczność Carnawalu stała się nieco starsza, o około 2-4 lata w stosunku do 2017 roku. Przy tym wiemy, że ponad 60% osób uczestniczyło w festiwalu więcej niż jeden raz; można przypuszczać, że pewna część publiczności „starzeje się” wraz z wydarzeniem.

Również jeśli chodzi o ocenę sytuacji materialnej mamy do czynienia ze spadkiem o ok. 5% udziału osób, które można określić jako zadowolone. Jeśli wziąć pod uwagę, że pomiędzy dwoma edycjami badania miał miejsce szereg wydarzeń destabilizujących globalną i lokalną gospodarkę, odsetek ten można uznać za niewielki. Z badania publiczności Nocy Kultury wiemy również, że różnica pomiędzy osobami określającymi swoją sytuację materialną jako dobrą i bardzo dobrą w 2017 i 2023 roku może wynosić nawet około 15%. Wreszcie, niezależnie od zmian w czasie, publiczność Carnawalu można określić jako najbardziej zadowoloną ze swojej sytuacji materialnej spośród wszystkich badanych festiwali. Udział takich osób wyniósł, dla przypomnienia, 68,4%, podczas gdy na pozostałych wydarzeniach było to od 58,8% na Innych Brzmieniach do 63,0% na Re:tradycji.

Tym, co z pewnością zwraca uwagę, jest znaczący wzrost udziału osób spoza Lublina oraz pochodzących z kraju innego niż Polska. W 2017 roku odsetek osób spoza miasta wyniósł 43,1%; w 2023 – było to już 52,8%. Warto tu też dodać, że na tle wszystkich czterech badanych festiwali to właśnie publiczność Carnawalu w największym stopniu składa się z osób niemieszkających w Lublinie (na pozostałych festiwalach odsetek ten wyniósł od 32,4% osób na Nocy Kultury, do 50,2% na Re:tradycji).

Z kolei jeśli chodzi o odsetek obcokrajowców, wzrósł on z 3,75% w 2017 roku do 6,2% w 2023. Widać tu więc odzwierciedlenie szerszych tendencji, m.in. zwiększonej imigracji do Polski oraz napływu osób z doświadczeniami uchodźczymi z Ukrainy.

Tabela 1. Podstawowe charakterystyki demograficzne i społeczne osób badanych w porównaniu do wyników badania z 2017 r.

Kategoria	Charakterystyka	Rok 2023 (N=386)	Rok 2017 (N=390)
Płeć	kobieta	61,7%	63,5%
	mężczyzna	33,4%	36,5%
	inna odpowiedź	0	nie dotyczy
	brak danych	4,9%	0

<b>Kategoria</b>	<b>Charakterystyka</b>	<b>Rok 2023 (N=386)</b>	<b>Rok 2017 (N=390)</b>
<b>Wiek</b>	średnia	36,4 lat	34,7 lat
	1. kwartyl = 25% publiczności ma mniej niż 26 lat	26 lat	24 lata
	2. kwartyl (mediana): 25% publiczności ma między 26 a 37 lat; 50% populacji ma mniej niż 37 lat, 50% populacji ma więcej niż 37 lat	37 lat	33 lata
	3. kwartyl: 25% publiczności ma między 37 a 44 lat; 25% osób badanych ma więcej niż 44 lat; 75% publiczności ma mniej niż 44 lata	44 lata	42 lata
<b>Miejsce zamieszkania</b>	Lublin	44,6%	56,9%
	spoza Lublina	52,8%	43,1%
	brak danych	2,6%	0
<b>Kraj pochodzenia</b>	Polska	89,1%	96,25%
	spoza Polski, w tym:	6,2%	3,75%
	Ukraina	3,4%	nie dotyczy
	Białoruś	0	nie dotyczy
	inne kraje europejskie	2,3%	nie dotyczy
	jeden z krajów azjatyckich	0	nie dotyczy
	inne	1,1%	nie dotyczy
	brak danych	4,1%	0
<b>Poziom wykształcenia</b>	stopień / tytuł naukowy (doktor, profesor)	4,1%	nie dotyczy
	wyższe (licencjat i magisterium)	59,6%	67,0%
	pomaturalne	nie dotyczy	7,8%

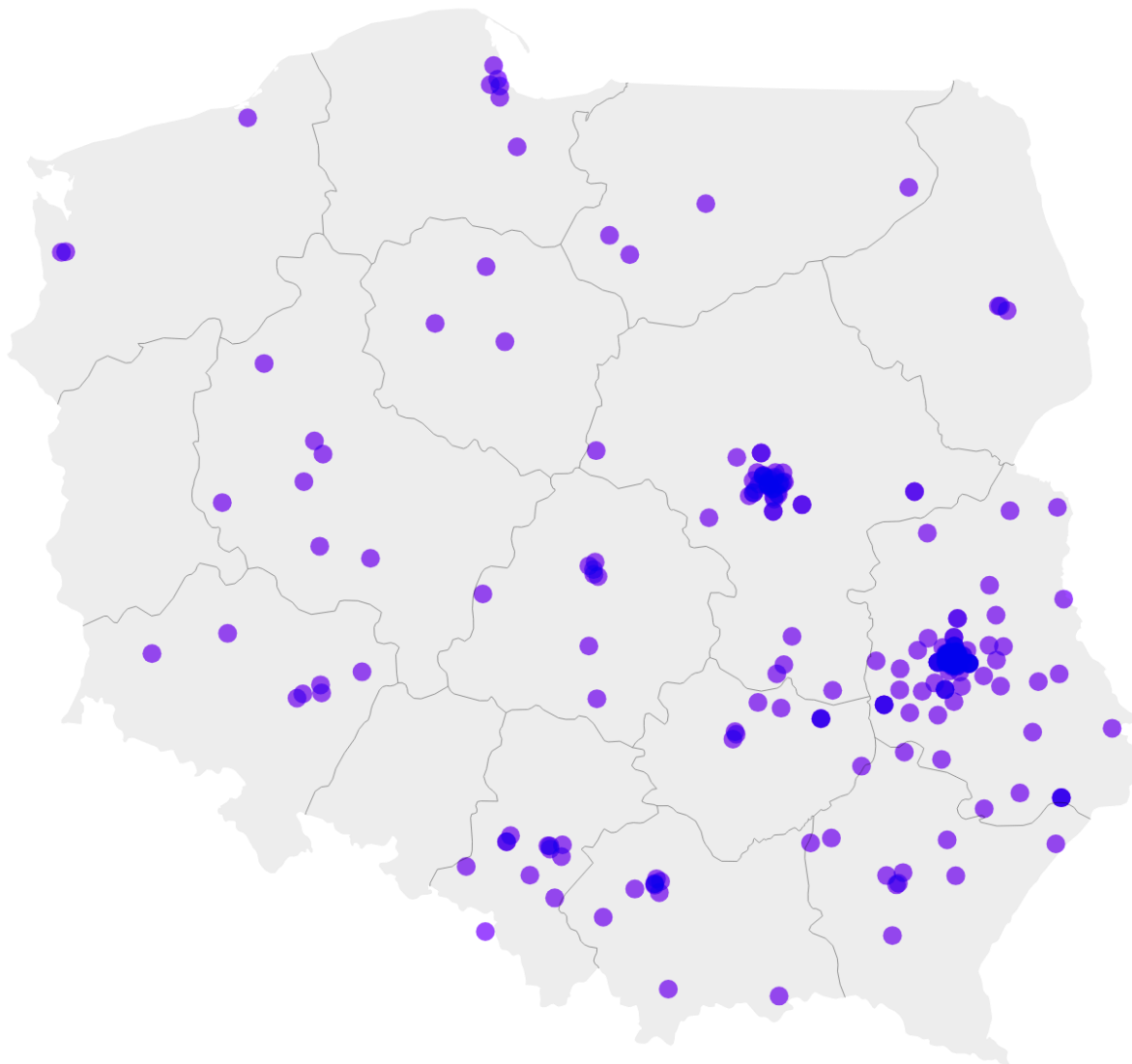
Kategoria	Charakterystyka	Rok 2023 (N=386)	Rok 2017 (N=390)
	średnie	19,4%	17,7%
	zawodowe	5,4%	3,1%
	podstawowe i gimnazjalne	6,5%	4,4%
	brak danych	4,9%	0
<b>Sytuacja materialna</b>	bardzo dobra	21,8%	18,1%
	dobra	46,6%	51,0%
	ani dobra, ani zła	21,0%	26,7%
	zła	3,1%	2,1%
	bardzo zła	1,8%	2,1%
	brak danych	5,7%	0

źródło: opracowanie własne

### Uczestnicy i uczestniczki niemieszkający w Lublinie

W 2023 roku nieco więcej niż połowa uczestników i uczestniczek Carnawalu Sztukmistrzów mieszkała poza Lublinem (52,6% vs 44,6% lublinian). Z danych wynika, że festiwal przyciąga zarówno osoby mieszkające niemal w całym województwie (łącznie 12,4% osób mieszka na terenie województwa poza samym Lublinem), jak i wielu miast w Polsce. W szczególności jest to Warszawa (aż 6,8% ogółu uczestników i uczestniczek), następnie Kraków (1,6%), Łódź (1,3%), a także Trójmiasto (1,3%), Poznań, Wrocław, Katowice, Białystok czy Rzeszów.

Rysunek 1. Miejsce zamieszkania uczestników i uczestniczek Carnwalu Sztukmistrzów (bez osób zamieszkujących zagranicą).



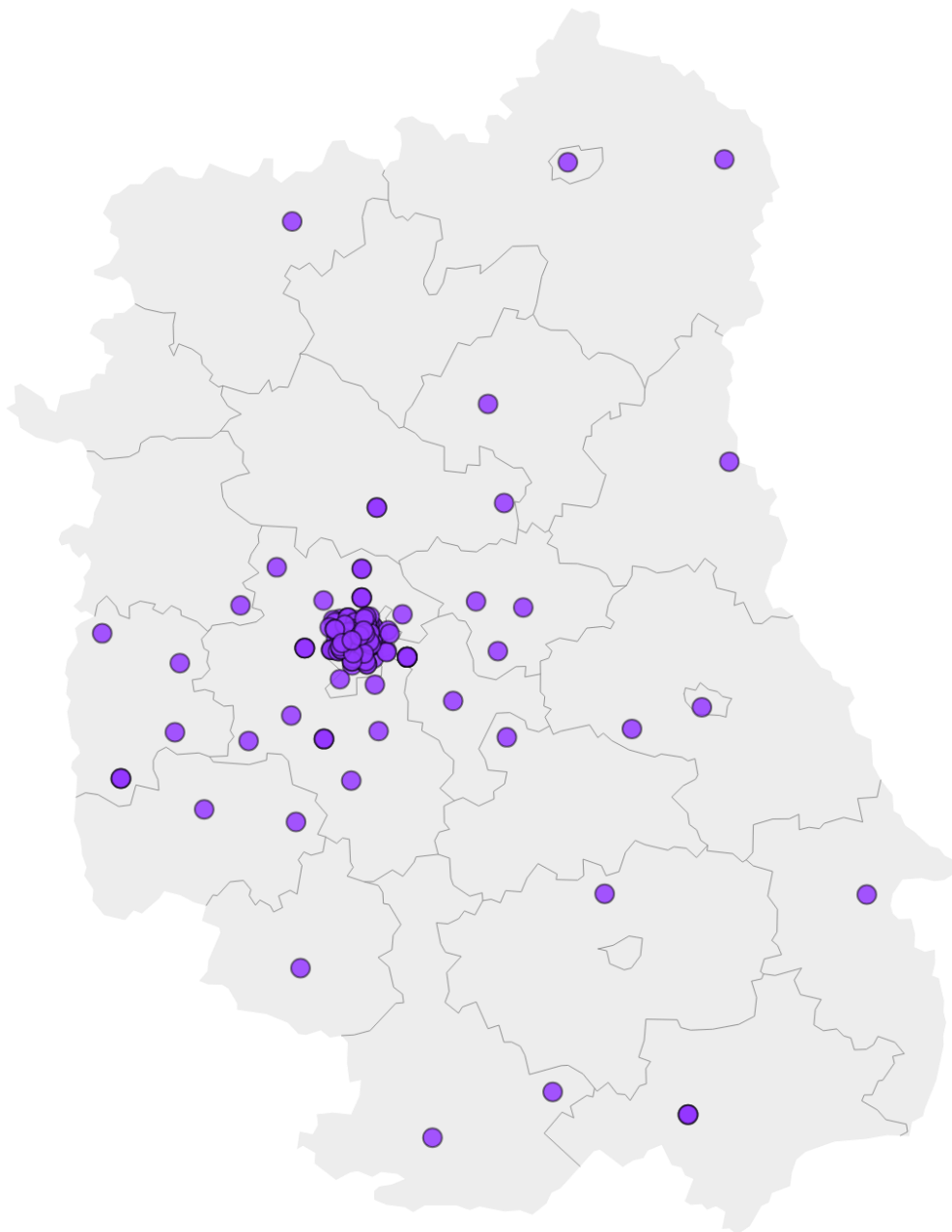
źródło: opracowanie własne

W porównaniu z wynikami uzyskanymi w 2017 roku widać, że Carnival zdecydowanie zwiększył swoją zdolność do przyciągania turystów. W 2017 roku osoby niemieszkające w Lublinie były skoncentrowane głównie wokół samego miasta, ewentualnie w Warszawie. W 2023 roku mamy do czynienia ze znacznie większym udziałem osób dojeżdżających z odległych miejsc. Co interesujące, są to zwykle te same miejsca co w 2017 roku – Trójmiasto, Wrocław, Kielce, Poznań, Kraków czy Rzeszów. Zmieniła się natomiast liczba osób przyjezdnych – w 2017 roku zwykle były to pojedyncze przypadki, sześć lat później liczby te są nierzadko wielokrotnie większe. Dodatkowo, w 2023 roku widać zainteresowanie ze strony mieszkańców i mieszkanki aglomeracji katowickiej oraz Białegostoku, niemających reprezentacji w 2017 roku.

Warto tu dodać, że od co najmniej 2019 roku organizatorzy Carnawalu nie prowadzą szeroko zakrojonej, ogólnopolskiej kampanii promocyjnej, jak miało to miejsce w 2017 roku i wcześniej. Patrząc na źródła informacji o festiwalu (por. Rys. 4) można zakładać, że wzrost odsetka osób spoza Lublina wśród publiczności festiwalowej ma związek z polecaniem wydarzenia przez osoby, które już na nim były (czy to bezpośrednio, czy poprzez media społecznościowe). Jednocześnie warto zauważyć, że w stosunku do 2017 roku Lublin ma znacznie lepsze połączenia komunikacyjne z resztą kraju, zarówno dzięki drogom ekspresowym do Warszawy i Rzeszowa, jak i szybszym pociągom i bardziej licznym połączeniom lotniczym (z Warszawą i Gdańskiem).

Jeśli chodzi o samo województwo lubelskie, Carnaval w największym stopniu przyciąga osoby z Lublina oraz przyległych gmin; w następnej kolejności – z całego powiatu lubelskiego, a także opolskiego, łęczyńskiego, lubartowskiego czy kraśnickiego.

Rysunek 2. Miejsce zamieszkania uczestników i uczestniczek Carnawalu Sztukmistrzów z województwa lubelskiego.



źródło: opracowanie własne

Aż 75,1% osób niemieszkających w mieście deklaruje, że przyjechało do Lublina właśnie po to, aby wziąć udział w Carnawale Sztukmistrzów. W porównaniu do 2017 roku odsetek ten wzrósł o ok. 8%. Drugim najczęściej wskazywanym powodem przyjazdu do Lublina jest zwiedzanie (34,0% osób wybrało tę odpowiedź). Również w tym przypadku mamy znaczący wzrost w stosunku do 2017 roku, kiedy odpowiedź tę wskazało jedynie 20,0% osób.

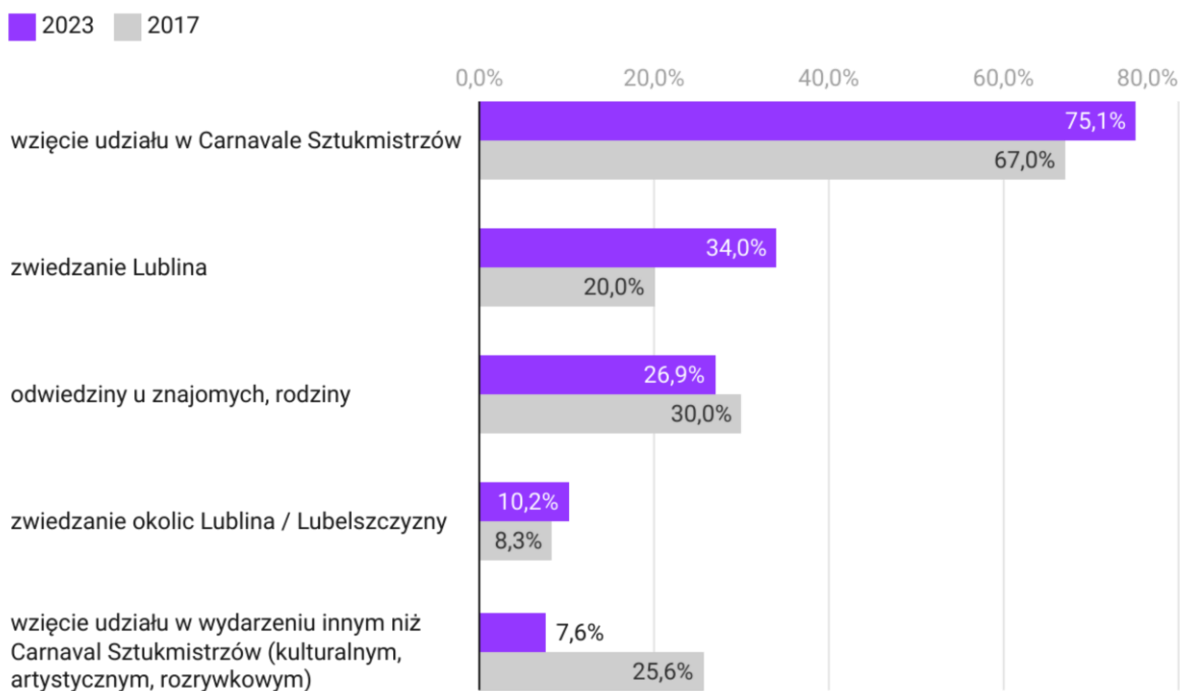
Praktycznie bez zmian pozostaje udział osób, które odwiedzają znajomych i rodzinę – 26,9%

w 2023 roku oraz 30,0% w 2017. Widzimy natomiast gwałtowny spadek zainteresowania udziałem w wydarzeniach innych niż Carnaval: w 2017 roku taki powód przyjazdu do Lublina wskazało 25,6% osób, zaś w 2023 – jedynie 7,6%.

Podsumowując, odpowiedzi udzielone na pytanie o powody przyjazdu do Lublina potwierdzają, że wśród publiczności festiwalowej jest wielu turystów, zainteresowanych nie tylko samym wydarzeniem, ale również m.in. innymi aktywnościami kulturalnymi oraz zwiedzaniem miasta. Co równie istotne, osoby te korzystają z usług hoteli czy lokali gastronomicznych, przyczyniając się do gospodarczego rozwoju miasta. Szczegółowe informacje na ten temat przedstawiamy w jednym z kolejnych rozdziałów niniejszego raportu.

Rysunek 3. Powody przyjazdu do Lublina wśród osób mieszkających poza miastem (2023 N=204; 2017 N=168; możliwość udzielenia wielokrotnych odpowiedzi).

### Jaki jest główny cel Pana/Pani przyjazdu do Lublina?



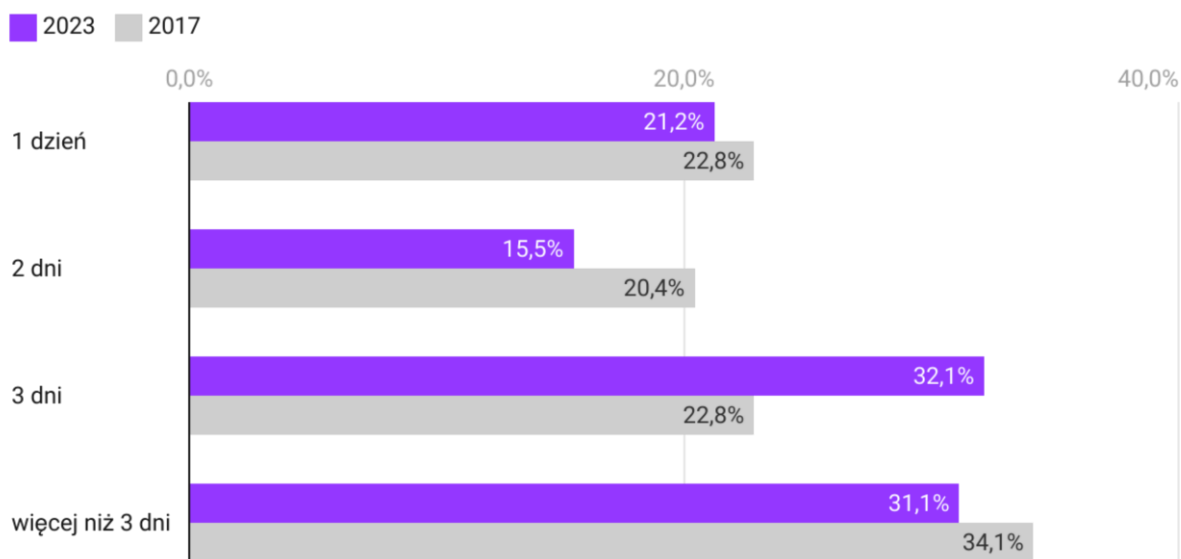
Narzędzie: Datawrapper

źródło: opracowanie własne

Ponad połowa uczestników i uczestniczek Carnawalu niemieszkających w Lublinie zamierzała zostać w mieście przez co najmniej trzy dni (63,2%). Jest to wzrost w porównaniu do 2017 roku, kiedy odsetek ten wyniósł 56,9% badanych. Pobyty jednodniowe, zarówno w 2017, jak i 2023 roku, zadeklarowały podobne odsetki osób (kolejno, 22,8% i 21,2%).

Rysunek 4. Deklarowana długość pobytu w Lublinie (2023 N=204; 2017 N=168).

## Ile dni zamierza Pan/Pani spędzić w Lublinie?



Narzędzie: Datawrapper

źródło: opracowanie własne

Osoby, które są z województwa lubelskiego (ale nie samego Lublina) najczęściej przyjeżdżają na festiwal na 1 dzień (37,5%) oraz na długie pobyty, trwające więcej niż trzy dni (22,9%). Z kolei osoby mieszkające w bardziej odległych częściach Polski najczęściej wybierały się do Lublina na trzy dni (38,8%) i więcej (22,5%).

### Udział w innych festiwalach niż Carnaval Sztukmistrzów

Carnaval Sztukmistrzów ma najbardziej „wspólną” publiczność z Nocą Kultury: 55,4% osób uczestniczących w Carnavale zadeklarowało udział w Nocy Kultury, w przypadku osób uczestniczących w Nocy Kultury udział w Carnavale zadeklarowało aż 71,2% osób. 48,2% publiczności Carnavale brało udział również w Re:tradycji; w odwrotną stronę było to 59,9% osób. Wreszcie, jedynie 23,6% osób biorących udział w Carnavale była też na Innych Brzmieniach, ale już 59,0% publiczności Innych Brzmień zadeklarowała udział w Carnavale.

Z przedstawionych tu wyników można wysnuć wniosek wskazujący na daleko idącą inkluzywność Carnavale: każdorazowo publiczności pozostałych festiwali deklarują udział w tym wydarzeniu częściej niż ma to miejsce w przypadku publiczności Carnavale. Innymi słowy, choć każdy festiwal ma swój odrębny profil i specyfikę, Carnaval w największym stopniu przyciąga różne publiczności. Jednocześnie sama publiczność Carnavale niekoniecznie jest równie zainteresowana udziałem w pozostałych badanych festiwalach.

Tabela 2. Udział w innych festiwalach organizowanych przez Warsztaty Kultury w Lublinie (2023 N=386).

<b>Czy w przeszłości uczestniczył/a Pan/i w którymś z wymienionych wydarzeń?</b>	<b>Noc Kultury</b>	<b>Wschód Kultury – Inne Brzmienia Art'n'Music Festival</b>	<b>Re:tradycja – Jarmark Jagielloński</b>
Tak	55,4%	23,6%	48,2%
Nie	38,3%	62,7%	43,8%
brak danych	6,2%	13,7%	8,0%

Źródło: opracowanie własne

W kwestionariuszu zadaliśmy pytanie otwarte o inne festiwale, w których badana osoba wzięła udział lub zamierzała to zrobić (w 2023 roku). Odpowiedzi udzielone przez osoby uczestniczące w Carnavale były ogromnie zróżnicowane i nie przedstawiały żadnych wzorców. Spośród wszystkich kategorii z klucza kodowego (który został stworzony indukcyjnie, czyli w oparciu o uzyskane odpowiedzi), jedynie festiwale sztuk performatywnych (teatr, taniec, cyrk itd.) uzyskały więcej niż 10 wskazań.

Na tle pozostałych badanych festiwali organizowanych przez Warsztaty Kultury, publiczność Carnavalu wydaje się być w najmniejszym stopniu zainteresowania jakimikolwiek innymi wydarzeniami (nawet podobnymi jeśli chodzi o formułę czy treść), w tym takimi, które mogłyby wskazywać na jakiegokolwiek węższe zainteresowania (jak miało to miejsce np. w przypadku publiczności Innych Brzmień i festiwalami muzycznymi, w szczególności muzyki alternatywnej i rockowej). Z całą pewnością ma to związek z niewielką popularnością nowego cyrku w Polsce (w porównaniu z, na przykład, muzyką).

### Znajomość sponsorów i organizatorów Carnavalu Sztukmistrzów

W kwestionariuszu ankiety zadaliśmy pytania dotyczące znajomości sponsorów oraz organizatorów Carnavalu Sztukmistrzów. W pytaniach otwartych prosiliśmy o wymienienie wszystkich sponsorów oraz wszystkich organizatorów, jacy przychodzą danej osobie do głowy. Uzyskane odpowiedzi były więc przywołane z pamięci, a nie wywołane np. gotową listą „podpowiedzi”.

Spośród badanych osób 18,7% zadeklarowało, że zna sponsorów Carnavalu. Ostatecznie 9,3% ogółu badanych prawidłowo wymieniło nazwę co najmniej jednej z firm, co należy uznać za równoznaczne z ich znajomością oraz silnym skojarzeniem z festiwalem.

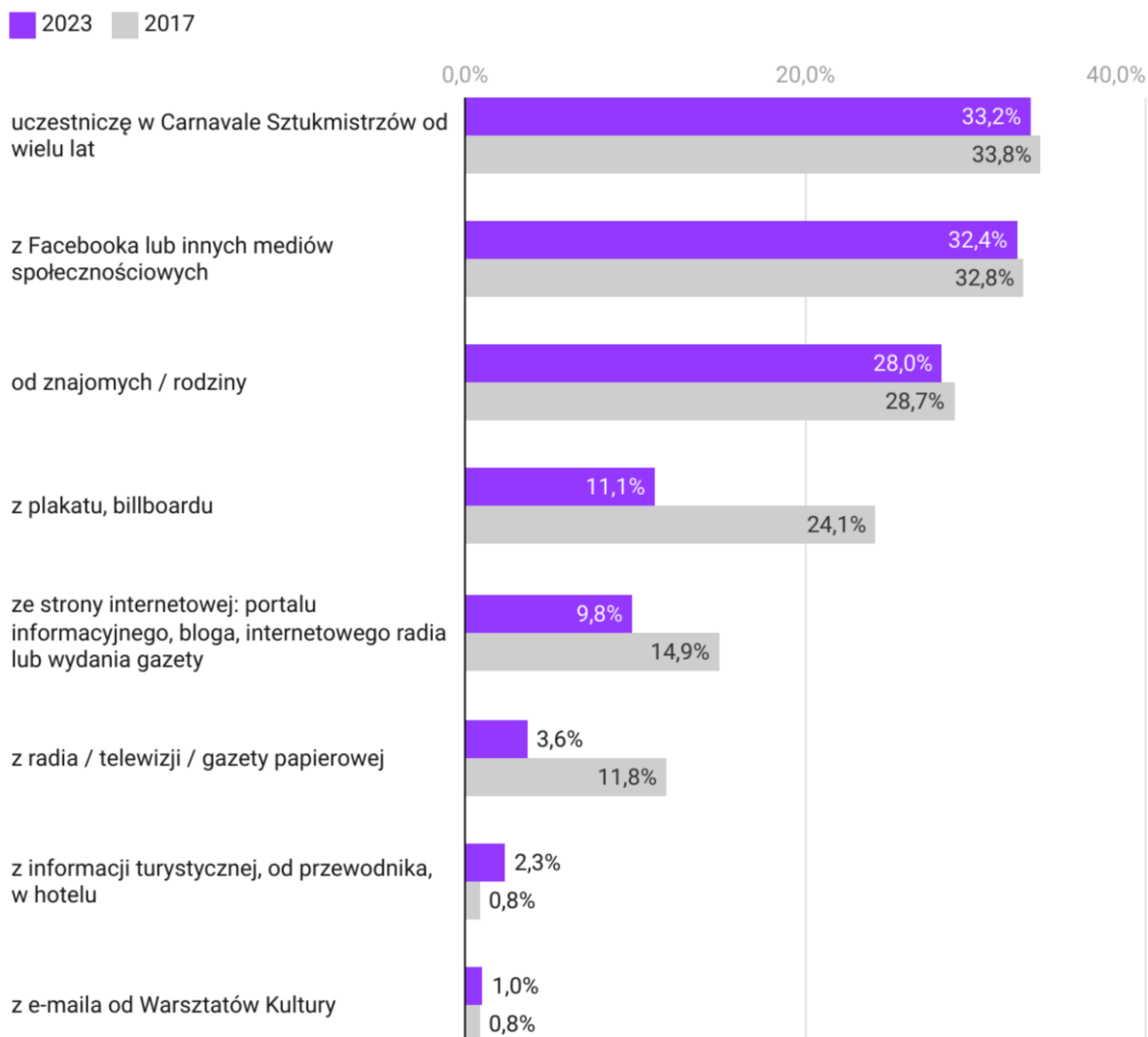
Jeśli chodzi o organizatorów, jedynie 5,7% badanych wymieniło prawidłową nazwę „Warsztaty Kultury”, 10,4% - Urząd Miasta (który był jednym z organizatorów do 2019 roku, choć, oczywiście, wciąż finansowo wspiera festiwal).

## Źródła informacji o Carnavale Sztukmistrzów

Wśród najczęściej wskazywanych źródeł informacji o Carnavale są... „uczestniczę od wielu lat” (33,2% badanych wybrało tę odpowiedź), następnie Facebook i media społecznościowe (32,8%) oraz znajomi i rodzina (28,0%). Warto podkreślić, że odsetki te właściwie nie uległy zmianom w porównaniu do 2017 roku. Tym, co zwraca uwagę jest zdecydowany spadek odsetka wskazań na plakaty i billboardy – z 24,1% w 2017 roku do 11,1% w 2023, a także mediów tradycyjnych (radio, gazet i telewizji) – z 11,8% do 3,6%. Mniejsza istotność wymienionych źródeł informacji ma z pewnością związek z faktem, że na przestrzeni lat organizatorzy Carnawalu w coraz mniejszym stopniu korzystali z tych nośników (w szczególności wielkoformatowych billboardów oraz reklam w mediach, co z kolei wynikało z poważnych cięć budżetowych).

Rysunek 5. Źródła informacji o Carnavale Sztukmistrzów (2023 N=386; 2017 N=390; możliwość wskazania dowolnej liczby odpowiedzi).

## Jak dowiedział/a się Pan/Pani o tegorocznym Carnavale Sztukmistrzów?



Narzędzie: Datawrapper

źródło: opracowanie własne

Warto tu również podkreślić, że po około 20% osób zadeklarowało uczestniczenie od lat, znajomych i rodzinę oraz Facebooka i media społecznościowe jako JEDYNE źródła informacji o festiwalu. Łącznie 61,9% badanych wie o festiwalu ze źródła, które w niewielkim stopniu jest kontrolowane przez organizatorów: mówimy tu albo o posiadaniu wcześniejszych doświadczeń, albo pewnych sieciach społecznych (które z natury są dość wsobne, ograniczone do osób, które lubimy, czyli najprawdopodobniej takich, które są do nas podobne), albo algorytmach (które w dużej mierze pokrywają się z sieciami). Co więcej, żadne z pozostałych źródeł informacji nie zostało wskazane jako jedyne przez więcej niż 5%

badanych (najwyższe odsetki uzyskały strony internetowe – 4,6% oraz plakaty i billboardy – 3,4%).

Tabela 3. Źródła informacji wskazane przez osoby, które wybrały jedną odpowiedź na pytanie.

<b>Jak dowiedział/a się Pan/Pani o tegorocznej tegorocznym Carnavale Sztukmistrzów?</b>	<b>Liczba w roku 2023</b>	<b>Procent z N=386</b>
od znajomych / rodziny	75	19,34%
z Facebooka lub innych mediów społecznościowych	75	19,34%
ze strony internetowej: portalu informacyjnego, bloga, internetowego radia lub wydania gazety	16	4,15%
z e-maila od Warsztatów Kultury	1	0,26%
z radia / telewizji / gazety papierowej	5	1,30%
z plakatu, billboardu	13	3,37%
z informacji turystycznej, od przewodnika, w hotelu	6	1,55%
uczestniczę w Carnavale Sztukmistrzów od wielu lat	89	23,06%
Ogółem	319	80,15%

źródło: opracowanie własne

## Czym jest Carnaval Sztukmistrzów z perspektywy publiczności?

W kwestionariuszu ankiety poprosiliśmy o podanie co najmniej trzech skojarzeń w odpowiedzi na stwierdzenie „Carnaval Sztukmistrzów to dla mnie...”. Carnaval kojarzy się przede wszystkim z zabawą, rozrywką, imprezą i wyjściem (39,2% wymieniło takie skojarzenia z festiwalem). W przypadku każdego z badanych wydarzeń odsetki wskazań w tej kategorii były wysokie, ale wciąż niższe niż na Carnavale – wynosiły od 13,8% na Innych Brzmieniach aż po 24,9% na Nocy Kultury.

Dla 14,3% osób jest to różnego rodzaju doświadczenie, przeżycie czy konkretne emocje; 13,2% badanych opisywało po prostu dobrze spędzony czas. Warto tu dodać, że aż 7,3% wypowiedzi odnosiło się do urlopu i wakacji; 2,3% - weekendu, „wypadu” i wyjazdu. Żaden inny badany festiwal nie uzyskał tak silnego skojarzenia z wypoczynkiem.

21,8% osób wspomniało również o tych elementach, które stanowią sedno programu: cyrkowcach, chodzeniu po linie, występach ulicznych i pokazach. 16,9% osób użyło określeń



w odpowiedzi na wyjątkowe uzdolnienia artystów i artystek: ich sprawność fizyczną, finezję w ruchu, ale także poczucie humoru i umiejętność żywego angażowania publiczności.

Ważnym elementem jest tu również nagromadzenie wydarzeń w przestrzeni publicznej, które dają poczucie intensywności oraz odmiany wobec codzienności.

Wreszcie, źródłem pozytywnych odczuć są inni uczestnicy i uczestniczki Carnawalu – wszyscy uśmiechnięci ludzie, którzy podobnie przeżywają i reagują na podzielane sytuacje.

Poniższy cytat doskonale oddaje, co stanowi sedno Carnawalu w oczach naszych rozmówców:

Ci artyści uliczni, właściwie w każdą uliczkę, jaką się tam w centrum nie wejdzie, zawsze ktoś tam jest. Tu ktoś żongluje, tu jakiś iluzjonista, tu coś i wszędzie właściwie, gdzie człowiek się nie obróci, to coś ciekawego się dzieje. I nad głowami też, na slackach właśnie chodzą. I cały czas coś się dzieje. I ta atmosfera właśnie, gdzie każdy jest po to, żeby się dobrze bawić i żeby być zadowolonym. I to jest też bardzo, bardzo miłe przeżycie, że można tam być.

(mężczyzna, mieszka w Krakowie, był na dwóch edycjach festiwalu)

## Powody udziału w Carnavale Sztukmistrzów

Zgodnie z wnioskami przedstawionymi powyżej, najczęściej wskazywanym powodem udziału w Carnavale jest... robienie tego od wielu lat (odpowiedź wybrana przez 40,7% badanych). Kolejnym najczęściej wskazywanym powodem jest „lubię festiwale plenerowe” (32,4%) oraz „lubię atmosferę Carnawalu Sztukmistrzów” (27,5%). Jedynie 2,6% badanych przyszło na Carnaval na konkretne wydarzenie i/lub artystę/artystkę (tak, jak nie wykazuje większego zainteresowania innymi wydarzeniami kulturalnymi).

Ze względu na zmianę w kategoriach odpowiedzi uwzględnionych w ankiecie nie jesteśmy w stanie przeprowadzić pełnowymiarowego porównania względem 2017 roku. Warto jedynie zauważyć, że odsetek osób zainteresowanych konkretnymi elementami programu lub twórcami spadł z 11,0% do 2,6%. Przy tym zdecydowanie wzrósł udział osób deklarujących, że znalazły się na Carnavalu przypadkowo (ale zapytanie o to, czy są w danym miejscu na tym wydarzeniu, odpowiedziały twierdząco – inaczej nie mogłyby dostać kwestionariusza ankiety). Odsetek takich osób wyniósł 11,1% w 2023 roku; w 2017 było to 4,4% badanych.

Pełny rozkład odpowiedzi na pytanie „Co sprawiło, że znalazł/a się Pan/i konkretnie na Carnavale Sztukmistrzów?” z ankiety przeprowadzonej w 2023 roku znajduje się poniżej (osoba badania mogła wybrać maksymalnie trzy odpowiedzi):

- uczestniczę w Carnavale Sztukmistrzów regularnie – 40,7%

- lubię festiwale plenerowe – 32,4%
- lubię atmosferę Carnawalu Sztukmistrzów – 27,5%
- słyszałem/łam od innych osób, że to atrakcyjna impreza – 22,8%
- informacje o Carnavale Sztukmistrzów wydały mi się zachęcające – 20,2%
- znajomi mnie zaprosili, jestem w grupie znajomych – 16,3%
- jestem tu przypadkowo – przyszedłem/łam w innej sprawie, przechodzę tędy – 11,1%
- przyszedłem/łam na konkretne wydarzenie / konkretnego artystę – 2,6%

## W jakim gronie spędza się Carnaval Sztukmistrzów?

W Carnavale najczęściej uczestniczy się w gronie rodzinnym: 44,4% badanych było na festiwalu w towarzystwie małżonków lub partnerów\_ek, 39,4% - z dziećmi, 4,5% - z innymi członkami rodziny. 40,7% badanych miało za towarzyszy swoich znajomych. Jedynie 5,8% osób było na festiwalu na własną rękę – i jest to najniższy odsetek spośród wszystkich badanych wydarzeń.

Pełny rozkład odpowiedzi na pytanie „Z kim spędza Pan/i tegoroczny Carnaval Sztukmistrzów?” przedstawia się następująco (respondent mógł wybrać więcej niż jedną odpowiedź):

- z mężem/żoną lub partnerem/partnerką – 44,4%
- ze znajomymi – 40,7%
- z dziećmi – 39,4%
- jestem tu sam/a – 5,8%
- z rodzicami i rodziną – 4,5%
- z innymi uczestnikami wycieczki – 2,1%

Co interesujące, mężczyźni przychodzą na Carnaval zdecydowanie częściej w towarzystwie żon / partnerek niż kobiety w towarzystwie mężów / partnerów. Takie towarzystwo miało w 2023 roku 52,7% mężczyzn i 39,1% kobiet. Odwrotna sytuacja ma miejsce z dziećmi – towarzyszył one 43,3% kobiet, ale już jedynie 30,2% mężczyzn. 10,6% mężczyzn przyszło na Carnaval na własną rękę (i jedynie 3,4% kobiet). Proporcje dotyczące towarzystwa znajomych są z kolei wyrównane (po ok. 40% dla obydwu płci).

W 2023 roku w kwestionariuszu umieściliśmy szczegółowe pytania dotyczące obecności dzieci jako towarzyszy osób dorosłych. Aż 38,8% badanych uczestniczyło w Carnavale z dziećmi, przy czym najwyższy odsetek – 16,6% – z dwójką dzieci, kolejne 15,0% -

z jednym dzieckiem. Spośród wszystkich badanych festiwali Carnaval jest z pewnością najbardziej „dziecięcym” wydarzeniem. W Innych Brzmieniach z dziećmi było jedynie 14,3% osób, na Nocy Kultury – 24,4%, na Re:tradycji – 35,2%.

Tabela 4. Dzieci towarzyszące dorosłym w czasie Carnawalu Sztukmistrzów.

<b>Z kim spędza Pan/i tegoroczny Carnaval Sztukmistrzów?</b>	<b>Liczba w roku 2023</b>	<b>Procent z N=386</b>
Z dziećmi, w tym:	150	38,8%
z jednym dzieckiem	58	15,0%
z dwójką dzieci	64	16,6%
z trójką dzieci	16	4,1%
z więcej niż trójką dzieci	5	1,3%
brak odpowiedzi	7	1,8%

źródło: opracowanie własne

Dorosłym najczęściej towarzyszyły dzieci w wieku szkolnym: 35,7% miało między 10 a 14 lat, kolejne 25,3% - między 7 a 9 lat. Kolejną liczną grupą dzieci będących publicznością Carnawalu są przedszkolaki – dzieci w wieku od 3 do 6 lat stanowiły 20,5% ogółu. Carnaval, spośród wszystkich badanych festiwali, miał też najwyższy odsetek najmniejszych dzieci, mających maksymalnie 2 lata (7,2% w porównaniu do 1,3% na Innych Brzmieniach, 2,2% na Nocy Kultury i 3,0% na Re:tradycji).

Wreszcie, tak jak to miało miejsce przy wszystkich pozostałych badanych festiwalach, pojedyncze osoby wymieniały jako towarzyszące im dzieci dorosłych – osoby powyżej 18 roku życia. Odsetki takich osób były bardzo niskie; niemniej, warto zwrócić uwagę na obecność wśród publiczności rodzin wielopokoleniowych.

Tabela 5. Wiek dzieci towarzyszące dorosłym w Carnawalu Sztukmistrzów.

<b>W jakim wieku są dzieci/dziecko, z którym spędza Pan/Pani Carnaval Sztukmistrzów?</b>	<b>Liczba w roku 2023</b>	<b>Procent z N=249</b>
małe dziecko 0-2 lata	18	7,2%
wiek przedszkolny 3-6 lat	51	20,5%
wiek wczesnoszkolny 7-9 lat	63	25,3%

<b>W jakim wieku są dzieci/dziecko, z którym spędza Pan/Pani Carnaval Sztukmistrzów?</b>	<b>Liczba w roku 2023</b>	<b>Procent z N=249</b>
wiek późnoszkolny 10-14 lat	89	35,7%
nastolatek 15-17	22	8,8%
powyżej 18 lat	6	2,4%

źródło: opracowanie własne

Większość spośród uczestników i uczestniczek wywiadów jakościowych, podobnie jak respondentów w badaniach ilościowych, spędza Carnaval w gronie członków rodziny oraz znajomych. Tym, co doceniają w towarzystwie najbardziej, jest ciągłe dzielenie się bieżącymi spostrzeżeniami i emocjami. Możliwość nieskrępowanego wyrażania tego, co się widzi, myśli i czuje, jest dla niektórych absolutnie niezbędnym elementem bytności na festiwalu. Ponadto, można liczyć na „więcej par oczu”, które zwrócą uwagę na wszelkie interesujące rzeczy.

W tym kontekście szczególną rolę odgrywają dzieci. Wielu dorosłych obserwuje radosne reakcje dzieci i wprost mówi, że to jest jedno z najbardziej pozytywnych przeżyć związanych z uczestnictwem w festiwalu. Co istotne, chodzi tu o reakcję wszystkich obecnych dzieci, nie tylko tych własnych.

Współobecność bliskich osób daje jeszcze jedną korzyść – już po zakończeniu festiwalu można wspólnie powspominać miłe chwile, które spędziliśmy wspólnie.

Uczestnicy i uczestniczki wywiadów podkreślali też, że Carnaval jest dla nich wręcz okazją do spotkań ze znajomymi i rodziną, często dawno nie widzianą lub z zupełnie innej części Polski. Dotyczy to zarówno osób mieszkających w Lublinie, jak i tych, które przyjeżdżają z daleka, ale w Lublinie mają swój „punkt spotkań” na Carnavale. Osoby z Lublina opowiadały, że Carnaval jest właśnie tym czasem, kiedy chętnie zapraszają swoich krewnych właśnie po to, żeby pokazać im miasto z jak najlepszej strony. Z kolei dla tych osób, które nie mogą wziąć udziału w festiwalu, można zawsze nakręcić filmik albo zrobić zdjęcia; jedna z naszych rozmówczyń powiedziała, że tak właśnie robi dla swoich dziadków, którzy ze względu na zdrowie nie mogą wychodzić z domu.

Część naszych rozmówców przyznała, że w ogóle nie wyobraża sobie przybycia na Carnaval na własną rękę. Jedni „czuliby się głupio” chodząc samemu po mieście i nie mogąc odezwać się do nikogo. Inni z kolei mówili wprost, że pewnie nie chciałoby im się samemu wybierać. Te osoby, które nawet brały pod uwagę przybycie na wydarzenie na własną rękę, podkreślały z kolei, że w programie musiałyby znaleźć się coś na tyle „mocnego”, żeby chciało im się wyjść. Twierdziły też, że taka wizyta na Carnavale byłaby po prostu dużo krótsza niż

z rodziną czy znajomymi. Polegały na zobaczeniu starannie wyselekcjonowanych występów, bez wędrowania i spontanicznego zaglądania w różne miejsca czy natykania się na kolejne elementy programu. Wreszcie, dla pewnych osób towarzyskość była po prostu nierozzerwalnie połączona z udziałem w festiwalu:

Ja sobie, prawdę mówiąc, chyba nie wyobrażam. Sama to ja mogę iść na spacer albo do kina, a jednak takie imprezy lubię dzielić z kimś, więc raczej nie.

(kobieta, mieszka w Warszawie, była na co najmniej czterech edycjach festiwalu)

Zarazem towarzystwo innych osób oznacza ograniczenia – trzeba wspólnie ustalać, na co się idzie, jak dużo czasu można gdzieś spędzić, kiedy jemy i odpoczywamy. Szczególnie wyraziście widać to w wypowiedziach uczestników i uczestniczek, którym towarzyszą dzieci. Odczuciem, które towarzyszy całej wizycie jest wzmożona czujność, aby nie zgubić dzieci w tłumie.

Nasi rozmówcy czasem uciekali się do kompromisów: na wydarzenie przybywali w towarzystwie, od którego w pewnym momencie oddzielali się po to, aby wieczorem znów się spotkać, zjeść wspólnie kolację i podzielić wrażeniami.

Osoby, które kiedykolwiek były na Carnavale same podkreślały, że wówczas mają pełną swobodę wybierania miejsc i wydarzeń czy spędzania gdzieś tyle czasu, ile tylko chcą. Ich wizyta na festiwalu była więc całkowicie spontaniczna, „na dziko”, jak to wyraziła jedna z uczestniczek wywiadów. Realia samodzielnych wizyt na Carnavale są więc inne od tego, jak wyobrażały sobie tę sytuację osoby zawsze będące w czymś towarzystwie (i które mówiły o robieniu bardzo konkretnych planów wizyt na wybranych wydarzeniach).

Zaletą wyjścia na Carnaval na własną rękę jest, w oczach naszych rozmówców, większa łatwość w poznawaniu nowych osób. Nie chodzi tu o jakieś „przyciąganie”, ale pewnego rodzaju przestrzeń do nawiązywania kontaktów.

To jest w ogóle super okazja, żeby złapać trochę kontakt z obcymi ludźmi. Bo jednak jak człowiek jest z kimś, to, ja tak przynajmniej robię, trzyma tej drugiej osoby. I wraca w grupie, w której przyszedł. A jak przychodzę sama, to nagle poznaję obcych ludzi.

(kobieta, mieszka w Lublinie, była na co najmniej czterech edycjach festiwalu)

Wreszcie, nawet jeśli na Carnaval wychodzi się samemu, to, jak twierdzą osoby uczestniczące w wywiadach, nie trwa to długo. Bardzo szybko można natknąć się na znajomych, w tym osoby niewidziane już od dawna, co w takim kontekście „ma szczególnie urok”.

Z wywiadów jakościowych wynika, że oprócz bliskich osób na Carnavale ważną rolę odgrywają inni uczestnicy i uczestniczki festiwalu. Nasi rozmówcy wielokrotnie opowiadali o

zachowaniach publiczności obecnej na występach, poczynając od ich żywych reakcji na bieżąco, po to, czy na koniec dają „odpowiednią” kwotę pieniędzy do kapelusza. Osoby, które również są obecne na występach, dają „pozytywną energię”, zarażają swoją radością i entuzjazmem.

Wreszcie, sam fakt, że w Carnavale biorą udział tłumy ludzi, jest interpretowany jako wyraz tego, że wydarzenie jest ważne oraz że wszyscy ostatecznie mamy ze sobą wiele wspólnego. Możemy się nie znać, ale jesteśmy w danym miejscu i czasie razem, wszyscy się uśmiechamy, emanujemy szczęściem i radością. Poczucie bycia częścią większej wspólnoty – jakkolwiek by nie była ona efemeryczna – jest ważnym elementem doświadczenia festiwalowego.

## Sposoby uczestniczenia w Carnavale Sztukmistrzów

Uczestnicy wywiadów jakościowych z odległych rejonów kraju opowiadali, że zwykle planują wizytę na Carnavale z dużym wyprzedzeniem. Jak tylko pojawi się data kolejnej edycji, a więc z niemal rocznym wyprzedzeniem, zgłaszają urlopy w pracy i rezerwują noclegi. Wiele osób wspominało też o planowaniu budżetów – przyjazd na festiwal z innej części Polski, zwykle w towarzystwie dzieci, wymaga sporego wysiłku finansowego. Z kolei osoby mieszkające w pobliżu Lublina opowiadały, że raczej nic nie planowały – mają Carnaval „w tyle głowy”, często mogą przyjechać po prostu do swojej rodziny.

Najczęściej wybieranym środkiem transportu na Carnaval był samochód – skorzystało z niego 46,5% badanych. Jedynie 22,9% osób przyjechało komunikacją miejską. 21,0% osób przyszło na festiwal na piechotę; 8,3% - komunikacją dalekobieżną (pociągiem, samolotem itd.). Odsetki te nie uległy żadnym znaczącym zmianom w stosunku do 2017 roku.

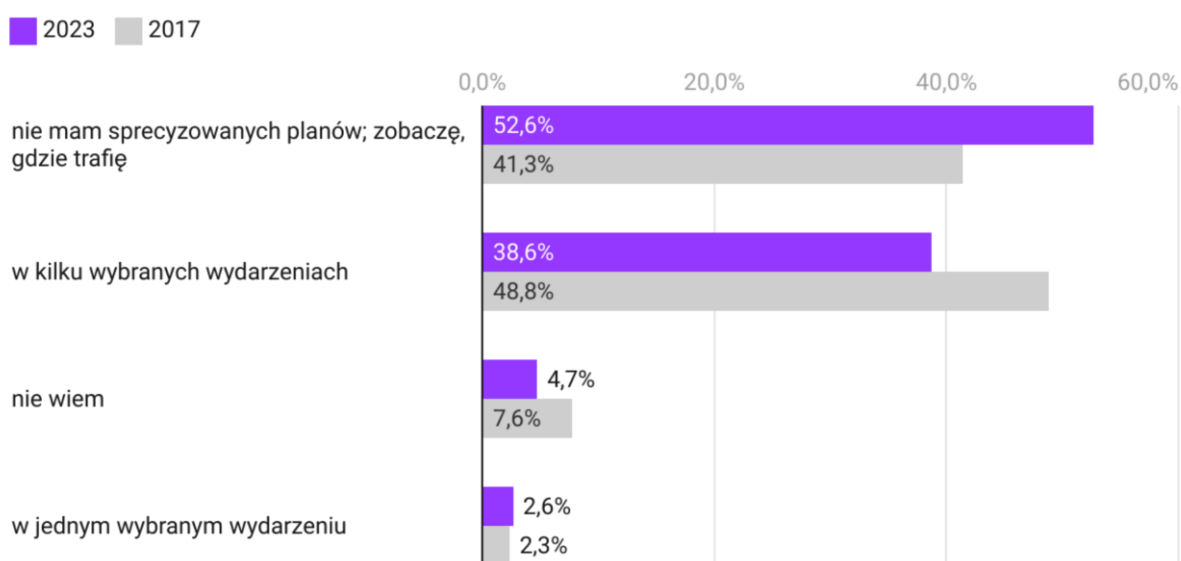
35,8% badanych deklaruje udział w dwóch dniach festiwalu; kolejne 23,8% - w jednym dniu, 29,0% - w więcej niż dwóch dniach. 9,6% osób nie była pewna swoich planów. Z wywiadów wynika, że mieszkańcy i mieszkanki odległych części kraju lubią spędzić na Carnavale czwartek i piątek. Jak twierdzą, wówczas jest zdecydowanie mniejszy ruch niż w weekend, można zobaczyć więcej i w bardziej komfortowych warunkach. W kolejnych dniach konieczność ciągłego „przeciskania się przez tłumy” odbiera przyjemność z doznań artystycznych. Z kolei osoby z okolic Lublina przyznawały, że często wsiadają w samochód w piątkowy wieczór, meldują się u członków swojej rodziny, i ruszają w miasto właśnie na weekend.

Ponad połowa publiczności Carnavalu (52,6%) nie ma sprecyzowanych planów jeśli chodzi o swój udział w festiwalu i zamierza zobaczyć w trakcie, gdzie trafi. Kolejne 4,7% po prostu nie wie, w ilu wydarzeniach będzie uczestniczyć. 38,6% badanych zamierza wziąć udział

w kilku wybranych wydarzeniach. W porównaniu z 2017 roku mamy do czynienia z wyraźnym spadkiem udziału osób „z planami” (z łącznie 51,1% do 41,2%) i jednocześnie wzrostem osób, które wybór wydarzeń pozostawiają trafowi (wzrost z 41,3% w 2017 do 52,6% w 2023 roku).

Rysunek 7. Plany dotyczące udziału w Carnavale Sztukmistrzów (2023 N=386; 2017 N=390).

## W ilu wydarzeniach Carnawalu Sztukmistrzów uczestniczył/a lub zamierza Pan/Pani uczestniczyć?



Narzędzie: Datawrapper

źródło: opracowanie własne

W 2023 roku w kwestionariuszu ankiety umieściliśmy też pytanie dotyczące korzystania z oficjalnego programu wydarzeń. Niemal połowa badanych – 47,8% - zadeklarowała korzystanie z wersji papierowej, 37,3% - z wersji online (w pytaniu można było wybrać więcej niż 1 odpowiedź; niewielki odsetek osób korzystał z obydwu wersji jednocześnie). 15,9% osób uznało, że nie potrzebuje programu, zaś 9,9% - nie wiedziało o jego istnieniu.

Z wywiadów jakościowych wynika, że wcześniejsze plany dotyczą niemal wyłącznie zakupu wejściówek na wydarzenia biletowane. Poza tym tylko jedna osoba twierdziła, że robi konkretne plany, z wyznaczoną trasą przejścia pomiędzy poszczególnymi wydarzeniami tak, aby nic jej nie ominęło.

Większość z naszych rozmówców zapoznaje się z programem dopiero po przybyciu na miejsce. Takie osoby opowiadają o „wędrawaniu” albo „kręceniu się”; wówczas usiłują trafić na atrakcje wybrane z programu, ale też zatrzymują się tam, gdzie widzą, że zebrał się tłum (i na pewno jest coś interesującego). Ważnym elementem całego pobytu jest też znalezienie

wygodnego i atrakcyjnego miejsca na posiłek; najlepiej – z widokiem na slacklinierów. Brak presji czy pośpiechu oraz komfort jest dla wielu osób czymś, o co świadomie dbają:

To tak naprawdę w miarę możliwości, dlatego że też nie chodzi o to, żeby biegać z jęczorem na brodzie, tylko też mieć czas na to, żeby się napić, pić kawę, zjeść obiad, więc też taki sobie po prostu spędzić miły dzień w Lublinie.

(kobieta, mieszka we Wrocławiu, była na co najmniej czterech edycjach festiwalu)

Brak sprecyzowanych planów nie oznacza, że pobyt na Carnavale jest chaotyczny. Po pierwsze, wiele osób szuka swoich ulubionych atrakcji; w przypadku naszych rozmówców były to fire show (z dziećmi) czy występy konkretnego artysty. Po drugie, po kilku edycjach uczestnicy i uczestniczki po prostu znają określone lokalizacje w mieście, gdzie zawsze coś się dzieje. Wśród nich wymieniano Plac Litewski, deptak, Błonia pod Zamkiem i Browar Perła.

Z badania ilościowego wynika, że ponad 90% publiczności Carnavalu korzysta z „trzonu” programu, czyli bezpłatnych ulicznych występów, które odbywają się w wielu lokalizacjach rozsianych po całym centrum Lublina i Starym Mieście (93,2%). 65,3% osób ogląda też bezpłatne widowiska odbywające się wieczorami na dwóch głównych placach w centrum Lublina.

Z wydarzeń, na które trzeba kupić bilet, korzysta 15,0% badanych. Trzeba tu podkreślić, że wydarzenia płatne stanowią ułamek programu w porównaniu do tych bezpłatnych; oczywiście, mają też ograniczoną liczbę miejsc (w przeciwieństwie do stosunkowo „rozciągliwej” pojemności przestrzeni publicznej). Należy uznać, że 15% osób gotowych do zakupu biletu na wydarzenie z programu to dość wysoki wynik. Przy tym z informacji od organizatorów wynika, że większość płatnych spektakli wyprzedaje się w całości, w tym często przed rozpoczęciem festiwalu. Z kolei z wywiadów jakościowych wynika, że wydarzenia biletowane cieszą się stosunkowo dużą popularnością wśród osób przyjezdnych. Zauważają one, że występy uliczne są bardziej powtarzalne (również na kolejnych edycjach festiwalu). Wydarzenia płatne są dla nich gwarancją zobaczenia czegoś nowego, na co warto było jechać z daleka.

Dużą popularnością wśród badanych cieszą się też inne niż występy elementy programu artystycznego – 28,7% zadeklarowało korzystanie z atrakcji dla dorosłych i dzieci na Błoniach; 24,2% - oglądanie wystaw, 18,2% - obecność w Miasteczku Cyrkowym.

Wreszcie, więcej niż co trzecia osoba korzystała z foodtrucków (35,3%), zaś co dziesiąta zadeklarowała zakup festiwalowych gadżetów (10,3%).

Pełny rozkład odpowiedzi na pytanie „Z których z poniższych atrakcji festiwalowych skorzystał/a lub zamierza Pan/i skorzystać?” przedstawia się następująco (osoba badana mogła wybrać dowolną liczbę odpowiedzi):

- bezpłatne uliczne występy – 91,7%
- bezpłatne wieczorne widowiska na Placu Litewskim i/lub Placu Zamkowym – 64,2%
- foodtrunki / strefa gastronomiczna / bar na terenie festiwalowym – 34,7%
- atrakcje dla dzieci i dorosłych na Błoniach – 28,2%
- wystawy – 23,8%
- atrakcje dla dzieci i rodzin w Miasteczku Cyrkowym na placu Litewskim – 17,9%
- płatne występy (z wymaganym biletem) – 14,8%
- zakup gadżetów festiwalowych – 10,1%
- nie korzystałem/łam i nie zamierzam skorzystać z żadnej z wymienionych atrakcji – 1,0%

Ponieważ bezpłatne uliczne wydarzenia są najbardziej dostępną i popularną atrakcją Carnawalu, zadaliśmy sobie pytanie o to, co na festiwalu robią osoby, które z nich NIE korzystają (6,8%). Odpowiedzi były zróżnicowane i nie wskazywały na żadne wiodące tendencje. Można było jedynie zauważyć, że osoby takie stosunkowo często deklarowały korzystanie z wystaw i bezpłatnych wieczornych występów (po 2,59% ogółu publiczności), a także, w sporadycznych przypadkach, foodtrucków oraz atrakcji dla dzieci i rodziców w Miasteczku Cyrkowym (po 1,55%).

Na podstawie zrealizowanych przez nas badań można jednak potwierdzić to, co było intuicyjnie zakładane: bezpłatne uliczne występy (w tym spektakularne widowiska, które od 2020 roku właściwie nie odbywają się) są nie tylko trzonem oficjalnego programu, ale także doświadczenia publiczności. W tym sensie, jakiegokolwiek poważniejsze zmiany w konstrukcji programu, polegające na zmniejszeniu ilości, różnorodności czy dostępności tego typu wydarzeń, wymagają daleko idącej ostrożności – mogą bowiem zagrozić temu, co dla publiczności stanowi sedno ich udziału w Carnavale.

Co więcej, osoby, które były na Carnavale wielokrotnie (i brały udział w wywiadach jakościowych), zwracały uwagę na coraz mniejszą różnorodność występów. Twierdzą, że w porównaniu do wcześniejszych edycji, występów jest zdecydowanie mniej, artyści przyjeżdżają z coraz mniej zróżnicowanych krajów, i coraz częściej powtarzają swoje numery (nawet z roku na rok). Jak same stwierdziły, „apetyt rośnie w miarę jedzenia”: wraz z każdą

edycją ich oczekiwania rosną, bo mają poczucie, że wiele już widzieli, mają coraz lepiej rozeznanie i mogą porównywać jakość występów.

Do tego dochodzi brak widowisk na Placu Zamkowym, uwielbianych przez publiczność, uważanych za najbardziej niezwykle, spektakularne elementy Carnawalu. Na wielu osobach robiły one piorunujące wrażenie, którego nie da się uzyskać innymi środkami. Jeszcze inne osoby żałują, że na Carnavale nie ma już Baru Żongler, który był nie tylko miejscem wydarzeń, ale także przestrzenią, w które zwykli ludzie spotykali artystów, gdzie działy się rzeczy zupełnie spontaniczne, a nawet – gdzie można było pobrać swoje pierwsze lekcje buskingu. Wreszcie, nasi rozmówcy wspominali kolorowe korowody rozpoczynające festiwal, koncerty na Placu po Farze, które festiwal domykały, a także program wydarzeń mających miejsce w dzielnicach Lublina, który znacznie wyprzedzał właściwy Carnaval. Z wywiadów wyłania się niebezpieczny obraz Carnawalu, który staje się coraz mniej wciągający, mniej intensywny, mniej spontaniczny – coraz mniej karnawałowy.

Uwadze uczestników i uczestniczek wywiadów nie uszedł również fakt, że organizatorzy w coraz większym stopniu stawiają na wydarzenia biletowane. Nie spotkało się to z negatywnymi reakcjami; raczej było interpretowane jako zwiększenie możliwości zobaczenia czegoś zupełnie świeżego. Niemniej, narastająca monotonia programu sprawiała, że niektórzy zastanawiali się wręcz, czy w najbliższym czasie ponownie przyjadą na festiwal, zwłaszcza jeśli jest to duży wysiłek logistyczny i finansowy.

Udział w festiwalu, oprócz korzystania z atrakcji wpisanych w program, zwykle wiąże się z konsumpcją rozmaitych usług i dóbr zapewnianych przez firmy znajdujące się na terenie miasta. Najwyższy odsetek badanych w ramach festiwalu wybrał się również na spacer po centrum Lublina i Starym Mieście (69,2%). Przepuszczalnie, dla części z tych osób sam udział w Carnavale wiązał się właśnie z przemieszczaniem po różnych punktach w przestrzeni miejskiej. 59,0% publiczności Carnawalu deklaruje wizytę w restauracji; 38,6% - w pubie lub barze. 31,1% osób robiło zakupy w sklepie spożywczym.

Pełny rozkład odpowiedzi na pytanie „Z jakich usług i aktywności skorzystał/a lub zamierza Pan/i skorzystać podczas Carnawalu?” przedstawia się następująco (osoba badana mogła zaznaczyć dowolną liczbę odpowiedzi):

- idę na spacer po Starym Mieście / centrum Lublina – 69,2%
- restauracja – 59,0%
- pub / bar – 38,6%
- zakupy w sklepie spożywczym – 31,1%
- komunikacja miejska – 21,7%

- przewóz taxi / Bolt / Uber – 12,8%
- zakupy w centrum handlowym – 7,8%
- klub muzyczny / dyskoteka – 5,0%
- nie korzystałem/łam i nie zamierzam korzystać z żadnej z wymienionych usług – 3,1%

## Oceny Carnawalu Sztukmistrzów

W ankiecie poprosiliśmy badanych o ocenę szeregu aspektów Carnawalu Sztukmistrzów. Żaden z 10 uwzględnionych elementów nie został oceniony źle przez istotny odsetek uczestników i uczestniczek – zsumowane odpowiedzi „źle” i „bardzo źle” w żadnym przypadku nie przekroczyły 2,5%.

Podobnie jak w przypadku pozostałych badanych festiwali, uczestnicy i uczestniczki Carnawalu najlepiej oceniają jego atmosferę (87,6% ocen „bardzo dobrze” i „dobrze”) oraz swoje ogólne odczucia związane z udziałem w wydarzeniu (87,6% pozytywnych ocen). Wysokie oceny uzyskały również poziom artystyczny, program wydarzeń oraz poziom organizacyjny – każdorazowo około 81-82% wysokich ocen.

Przeważnie dobrze i bardzo dobrze oceniono też aspekty związane z polityką informacyjną Carnawalu: 81,1% osób pozytywnie wyraziło się o dostępie do informacji o festiwalu, zaś 72,8% o materiałach umieszczanych na fanpage’ach w mediach społecznościowych (przy czym 13,5% osób w tym przypadku nie miało zdania).

Stosunkowo niższe oceny Punktu Informacyjnego oraz systemu sprzedaży biletów (kolejno 63,5% i 44,9% pozytywnych ocen) wynikają prawdopodobnie z braku styczności części osób z nimi (kolejno 21,0% oraz 32,4% badanych nie miało zdania w odniesieniu do tych aspektów oceny festiwalu). Niemniej, w przypadku sprzedaży biletów należy zwrócić uwagę również na dość wysoki odsetek ocen ambiwalentnych i negatywnych – łącznie 12,8% badanych NIE wybrało odpowiedzi „bardzo dobrze” lub „dobrze”. Można więc uznać, że więcej niż co 10. osoba korzystająca z płatnych wejściówek nie jest zadowolona ze sposobu, w jaki działa ich sprzedaż.

Tabela 6. Oceny poszczególnych aspektów Carnavalu Sztukmistrzów w 2023 roku (N=398).

<b>Jak ocenia Pan/i tegoroczny Carnaval Sztukmistrzów?</b>	<b>bardzo dobrze</b>	<b>dobrze</b>	<b>ani dobrze, ani źle</b>	<b>źle</b>	<b>bardzo źle</b>	<b>nie mam zdania</b>	<b>braki danych</b>
program wydarzeń	51,3%	31,3%	6,0%	1,0%	0	6,7%	3,6%
poziom artystyczny	50,8%	30,6%	7,5%	1,0%	0	4,7%	5,4%
poziom organizacyjny	49,5%	32,6%	7,8%	0,3%	0	5,2%	4,7%
atmosfera	<b>64,8%</b>	22,8%	2,8%	0,3%	0	2,6%	6,7%
zachowanie innych uczestników	43,8%	32,6%	12,7%	1,3%	0	4,1%	5,4%
Punkt Informacyjny na Placu Łokietka	46,4%	17,1%	8,0%	0,3%	0	21,0%	7,3%
system sprzedaży biletów	30,1%	14,8%	10,4%	1,6%	0,8%	32,4%	10,1%
dostęp do informacji	52,6%	28,5%	5,2%	1,3%	0,5%	5,7%	6,2%
materiały zamieszczane na oficjalnych profilach w mediach społecznościowych	51,3%	21,5%	6,2%	0,3%	0,5%	13,5%	6,7%
ogólne odczucia związane z udziałem	<b>60,1%</b>	27,5%	3,4%	0,3%	0,5%	2,3%	6,0%

źródło: opracowanie własne

W kwestionariuszu z 2017 roku również zadaliśmy pytania dotyczące niektórych z aspektów uwzględnionych w 2023 roku. W porównaniu do 2017 roku, w 2023 nie zaobserwowano żadnych znaczących wzrostów negatywnych i ambiwalentnych opinii uczestników i uczestniczek Carnavalu. Ponadto, porównanie średnich dla udzielonych odpowiedzi pokazuje, że poziom zadowolenia publiczności festiwalu w 2023 i 2017 roku jest niemal identyczny.

Tabela 7. Średnie dla ocen wybranych aspektów Carnawalu – porównanie pomiędzy wynikami z 2023 i 2017 roku (przy założeniu, że bardzo dobrze = 5, zaś bardzo źle = 1).

<b>Jak ocenia Pan/i tegoroczny Carnaval Sztukmistrzów?</b>	<b>2023</b>	<b>2017</b>
program wydarzeń	4,48	4,45
poziom artystyczny	4,45	4,49
poziom organizacyjny	4,45	4,4
atmosfera	4,67	4,65
zachowanie innych uczestników Carnawalu	4,31	4,18
dostęp do informacji o Carnawalu	4,49	4,56
ogólne odczucia związane z udziałem w Carnawalu	4,59	4,63

źródło: opracowanie własne

W kwestionariuszu zadaliśmy też dwa pytania otwarte z prośbą o wskazanie, czego Carnaval Sztukmistrzów powinien robić „MNIEJ” oraz „WIĘCEJ”. W obydwu przypadkach dominują odpowiedzi „niczego, wszystko jest ok” lub „nie wiem”. Co istotne, w pytaniu o „mniej” odsetki odpowiedzi na „płatne wejściówki” oraz „tłum” były marginalne (zostały wymienione przez kolejno 2,7% i 1,9%). Warto tu zwrócić uwagę na jedną kategorię – narzekania na zbyt długie przerwy pomiędzy występami (lub raczej – konieczność częstych zmian miejsca, ponieważ w samym programie nie ma przerw) oraz na przebywanie w pełnym słońcu. Na takie aspekty logistyczne festiwalu zwróciło uwagę 4,6% badanych, co należy potraktować jako ważny sygnał dla organizatorów (zgodnie z zasadą, że 1 niezadowolona osoba przekazuje swoje uwagi 10 kolejnym). Podobnie w pytaniu o „więcej” aż co 10. osoba pisała o lepszym zaplanowaniu kolejności i lokalizacji występów.

Wśród innych odpowiedzi na pytanie o „więcej”, prawie 17% badanych wspomniało w ogólnikowych słowach o występach, pokazach i innych atrakcjach stanowiących sedno festiwalu, 9,6% - również o konkretnych elementach programu. 4,5% publiczności napisało z kolei o wydarzeniach przeznaczonych dla dzieci.

Z kolei z wywiadów wynika, że stali uczestnicy i uczestniczki Carnawalu życzyliby sobie zdecydowanie więcej warsztatów, zarówno tych dla osób, które już mają jakieś doświadczenia, jak i tych z „minimalnym progiem wejścia”, gdy chcemy jedynie wypróbować, czy coś „jest dla nas” i ewentualnie potem trenować w warunkach domowych. Tymczasem, na Carnawale warsztatów dla dorosłych nie ma wcale (a środowisko związane z nowym cyrkiem, również amatorsko, cały czas rozrasta się). Z kolei te przeznaczone dla dzieci są,

w oczach naszych rozmówców, słabo zorganizowane. Według nich warsztaty wyglądają tak, że leżą sprzęty i każdy może próbować – ale na własną rękę. Brakuje instruktażu i konkretnego planu przekazywania pewnych umiejętności. Nikt też nie zachęca dzieci do udziału, nie wciąga ich do zabawy; jeśli ktoś się wstydzi, nawet nie podejmie próby jakiegś aktywności.

Niemniej, z badania ilościowego wynika, że aż 95,6% osób uczestniczących w Carnavale w 2023 roku poleciłoby go swoim znajomym; jedynie 0,9% by tego nie zrobiło.

Pełny rozkład odpowiedzi na pytanie „Czy polecił/aby Pan/i Carnaval Sztukmistrzów swoim znajomym?” przedstawia się następująco:

- na pewno polecił/abym – 76,2%
- raczej polecił/abym – 29,4%
- raczej nie polecił/abym – 0,5%
- na pewno nie polecił/abym – 0,3%
- brak odpowiedzi – 3,6%

W porównaniu do wyników uzyskanych w 2017 roku, mamy do czynienia z nieznacznym spadkiem osób pewnych polecenia Carnavalu (z 83,1% do 76,2%).

83,4% badanych twierdzi, że weźmie udział w festiwalu w kolejnym roku.

Pełny rozkład odpowiedzi na pytanie „Czy weźmie Pan/i udział w Carnavale Sztukmistrzów w przyszłym roku?” przedstawia się następująco:

- zdecydowanie tak – 72,0%
- raczej tak – 20,7%
- ani tak, ani nie – 2,3%
- raczej nie – 0,5%
- zdecydowanie nie – 0,3%
- nie mam zdania – 0,8%
- brak odpowiedzi – 3,4%

W porównaniu do danych zebranych w 2017 roku, udział osób zdecydowanych wziąć udział w Carnavale w kolejnym roku utrzymał się na niemal identycznym poziomie (ok. 51%). Spadł natomiast odsetek osób niemających całkowitej pewności co do swoich planów (odpowiedź „raczej tak”, z 41,6% w 2017 do 32,4% w 2023); wzrósł nieznacznie odsetek osób niezdecydowanych (odpowiedź „ani tak, ani nie”, z 5,3% do 10,9%).

## Publiczność powracająca, publiczność nowa

Carnaval Sztukmistrzów cieszy się wysokim odsetkiem publiczności powracającej. Aż 61,7% osób uczestniczących w wydarzeniu w 2023 roku zadeklarowało, że były na nim już wcześniej. Przy tym, dla niemal 1/4 ogółu publiczności była to co najmniej czwarta edycja, a dla kolejnych 8,5% - co najmniej siódma! Ogółem, 32,3% badanych wzięło udział w co najmniej trzech wcześniejszych edycjach Carnavalu. Jest to niezwykle wysoki odsetek, zwłaszcza jeśli weźmiemy pod uwagę, że ponad połowa publiczności nie mieszka w Lublinie.

Co istotne, proporcje osób powracających i „nowych” nie zmieniły się znacząco w stosunku do 2017 roku. W 2023 roku w wyniosły one, kolejno, 61,7% i 33,2%; w 2017 roku - 65,6% do 34,4%; wszystko to przy jednoczesnym wzroście osób spoza Lublina o 9,7%.

Tabela 8. Publiczność „nowa” i „powracająca”.

<b>Czy był/była Pan/Pani na wcześniejszych edycjach Carnavalu Sztukmistrzów?</b>	<b>Liczba w roku 2023</b>	<b>Procent z N=386</b>
To moja pierwsza edycja	128	33,2%
To kolejna edycja, w tym liczba przeszłych:	238	61,7%
1 edycja	41	10,6%
2 edycje	39	10,1%
3, 4, 5 i „kilka”	92	23,8%
6, 7, 8, 9, edycji	16	4,1%
więcej niż 10 edycji, „kilkanaście” i „wszystkie”	17	4,4%
nie wiem / nie pamiętam	3	0,8%
brak danych	49	2,8%

źródło: opracowanie własne

32,4% całej publiczności festiwalu była na nim ostatnio rok wcześniej, czyli w 2022 roku. Carnaval jest jedynym z badanych wydarzeń, na którym nie widać, aby wciąż trwało „odzyskiwanie” publiczności po pandemii Covid-19. Osób, które ostatnio były na festiwalu w 2019 roku było jedynie 2,1%, podczas gdy tych, które wybrały 2021 rok – 2,8% (w przypadku pozostałych festiwali odsetki te były odwrotne – każdorazowo więcej osób deklarowało ostatnią styczność z wydarzeniem w 2019 roku niż w 2021).

Zebrane dane pozwalają na przeprowadzenie porównań pomiędzy osobami, dla których 2023 rok był pierwszą oraz kolejną edycją Carnawalu.

W 2023 roku 33,2% badanych było na Carnavale pierwszy raz. Publiczność „nowa” jest nieznacznie młodsza od publiczności „powracającej” (mediany wieku wyniosły tu, kolejno, 35 i 38 lat; dla porównania, w przypadku publiczności Re:tradycji różnica ta jest znacznie większa i wynosi około 11 lat). Aż 72,7% publiczności „nowej” to osoby niemieszkające w Lublinie (w przypadku osób, które były już wcześniej na Carnavale, odsetki osób z miasta i spoza niego są bardziej wyrównane i wynoszą 57,1% oraz 41,6%).

Tabela 9. Porównanie publiczności „nowej” i „powracającej” jeśli chodzi o miejsce zamieszkania.

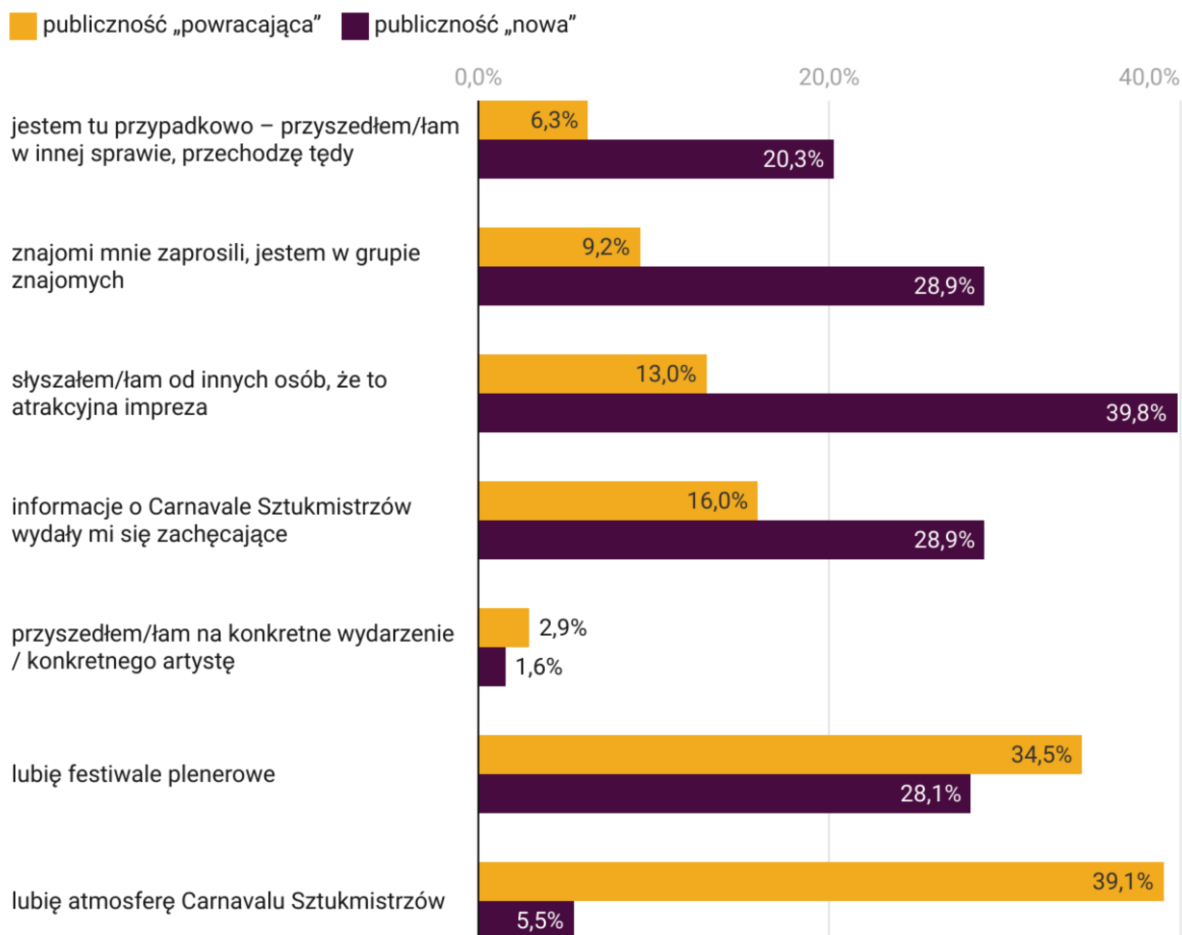
<b>Czy był Pan/Pani na wcześniejszych edycjach Carnawalu Sztukmistrzów?</b>	<b>respondent mieszka w Lublinie</b>	<b>respondent NIE mieszka w Lublinie</b>
tak, byłem/byłam na wcześniejszych edycjach Carnawalu	57,1%	<b>41,6%</b>
nie, to moja pierwsza edycja Carnawalu	26,6%	<b>72,7%</b>

źródło: opracowanie własne

Z danych wynika, że kluczowymi elementami zachęcającymi do pierwszej wizyty na festiwalu są polecenia ze strony innych osób (powód „słyszałem od innych osób, że to atrakcyjna impreza” został wskazany przez 39,8% osób „nowych” i 13% osób powracających). Publiczności „nowe” znacznie częściej niż „powracające” wskazywały wśród powodów swojego udziału „zachęcające informacje” (28,9% vs 16,0%) oraz zaproszenie ze strony znajomych (28,9% vs 9,2%). Co interesujące, w porównaniu do pozostałych badanych festiwali, „nowe” publiczności Carnawalu stosunkowo rzadko znalazły się na wydarzeniu przez przypadek (20,3% vs 28,8% na Innych Brzmieniach czy 35,0% na Re:tradycji). Wreszcie, 28,1% osób „nowych” zadeklarowało, że po prostu lubi festiwale plenerowe (vs 35,4% publiczności „powracającej”). Wybór konkretnego artysty lub wydarzenia był wskazywany jako powód udziału w Carnavale przez marginalną część publiczności, niezależnie od jej wcześniejszych doświadczeń z imprezą.

Rysunek 8. Powody udziału w Carnavalu Sztukmistrzów – porównanie publiczności „nowej” i „powracającej”.

## Co sprawiło, że znalazł/a się Pan/Pani konkretnie na Carnavale Sztukmistrzów?



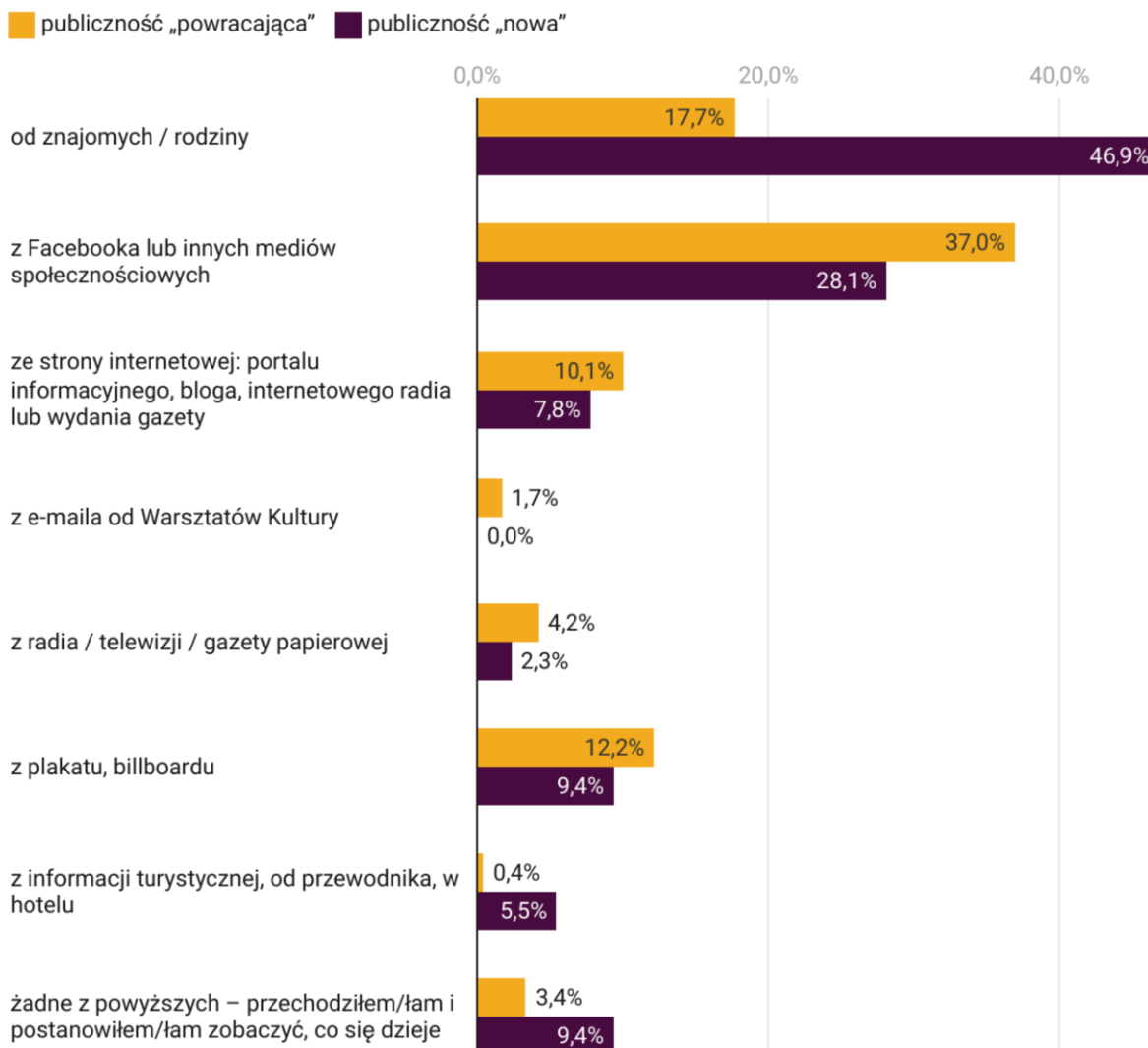
Narzędzie: Datawrapper

źródło: opracowanie własne

Przedstawione powyżej wnioski znajdują potwierdzenie również w danych dotyczących źródeł informacji o Carnavale. Aż 46,9% osób, które były na wydarzeniu pierwszy raz, dowiedziało się o nim od znajomych i/lub rodziny (vs 17,7% tych, które brały udział w Carnavale w przeszłości). Z danych wynika również, że w docieraniu do nowych osób istotną rolę odgrywają również nośniki zewnętrzne, takie jak plakaty i billboardy (wskazane przez 9,4% takich osób). Wreszcie, 9,4% osób, które znalazły się na Carnavalu pierwszy raz, zrobiło to przypadkowo – przechodząc przez miasto i natykając się na dostępne wydarzenia.

Rysunek 9. Źródła informacji o Carnavalu Sztukmistrzów – porównanie publiczności „nowej” i „powracającej”.

## Jak dowiedział/a się Pan/Pani o tegorocznym Carnavale Sztukmistrzów?



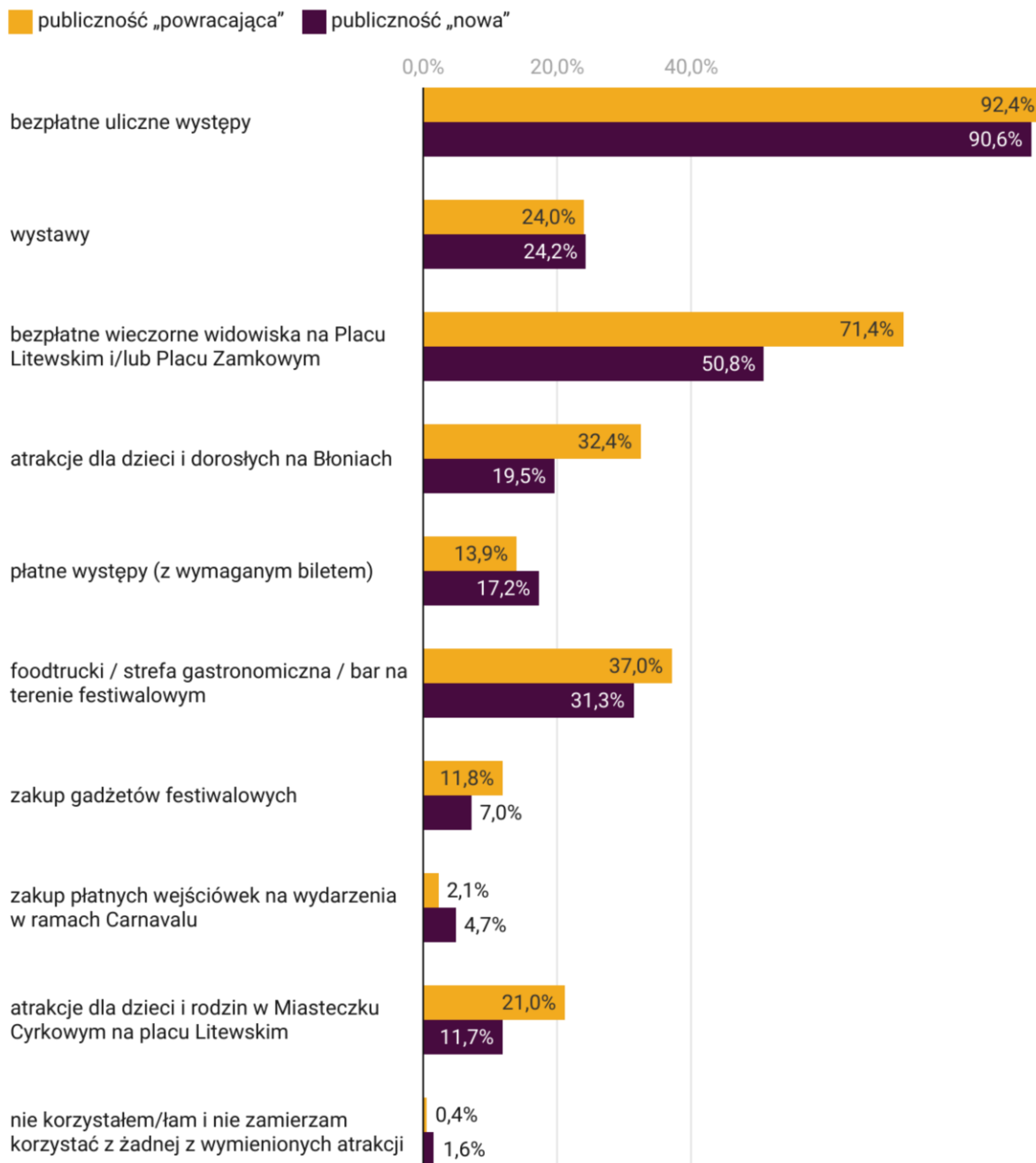
Narzędzie: Datawrapper

źródło: opracowanie własne

Publiczność „nowa” wyraźnie rzadziej od „powracającej” korzysta z atrakcji dla dzieci i dorosłych na Błoniach lub w Miasteczku Cyrkowym (w obydwu przypadkach różnice wynoszą po ok. 10%). Podobnie sytuacja ma się jeśli chodzi o wieczorne widowiska na Placu Zamkowym i/lub Placu Litewskim – korzysta z nich ponad 70% osób, które były wcześniej na Carnavale, ale jedynie połowa osób, dla których festiwal był nowością. Co interesujące, nieznacznie wyższy odsetek osób, które brały udział w Carnavale pierwszy raz zadeklarował zakup płatnych wejściówek na występy – było to 17,2% osób (vs 13,9% spośród publiczności „powracającej”).

Rysunek 10. Korzystanie z atrakcji festiwalowych podczas Carnavalu Sztukmistrzów – porównanie publiczności „nowej” i „powracającej”.

## Z których z poniższych atrakcji festiwalowych skorzystał/a lub zamierza Pan/Pani skorzystać?



Narzędzie: Datawrapper

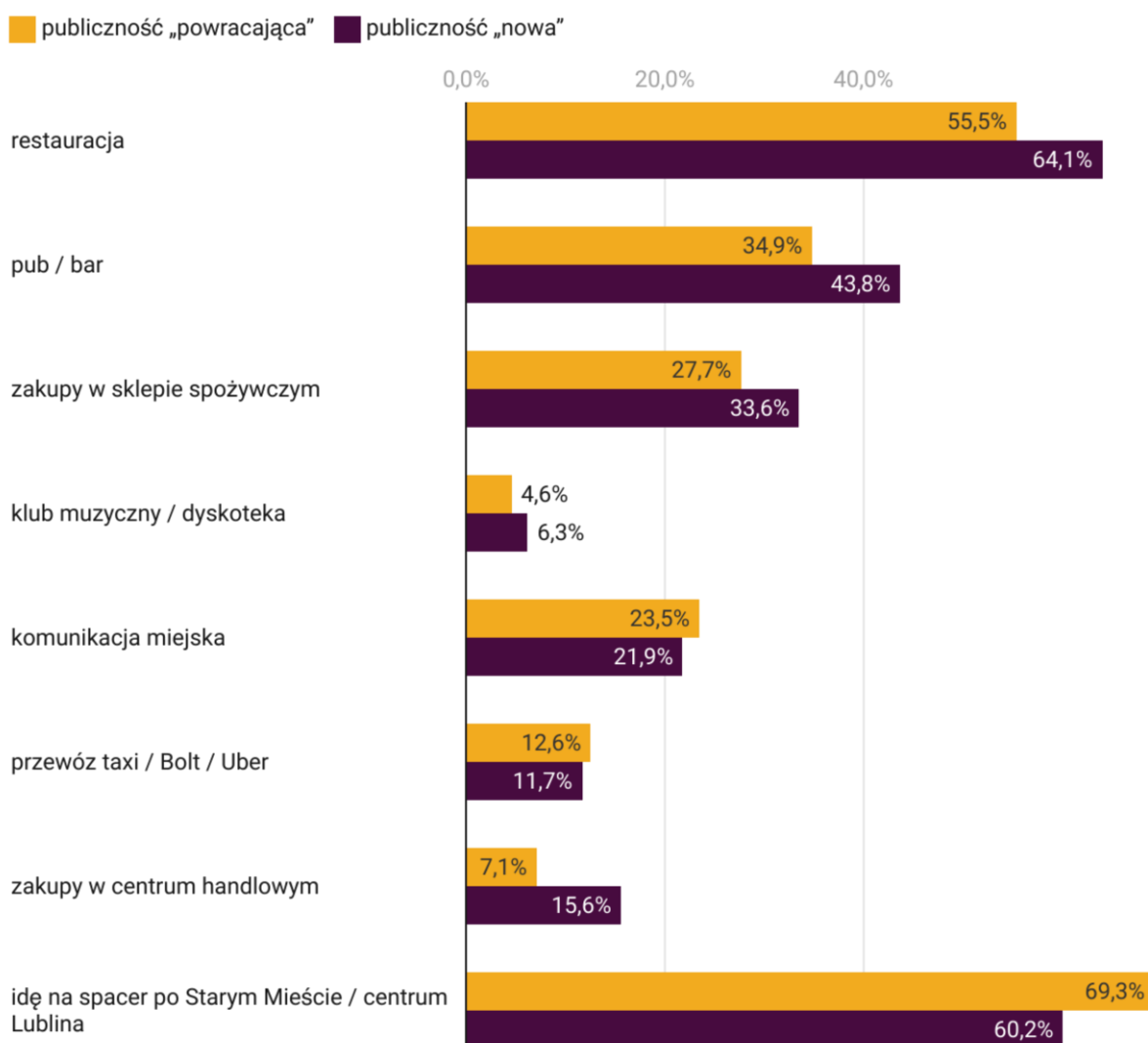
źródło: opracowanie własne

Jeśli chodzi o korzystanie z różnorodnych usług i produktów dostępnych w czasie festiwalu, publiczność „nowa” jest nieznacznie bardziej skłonna do odwiedzin restauracji (64,1% vs 55,5% wśród osób „powracających”) oraz pubach i barach (43,8% vs 34,9%). Publiczność

„nowa” częściej niż „powracająca” łączy wizytę na festiwalu z zakupami w galerii handlowej (15,6% vs 7,1%). Zainteresowaniem skorzystaniem z pozostałych możliwości (m.in. zakupów w sklepie spożywczym, klubem muzyczny, spacerem po mieście, przejazd taxi) jest niemal identyczne w obydwu grupach.

Rysunek 11. Korzystanie z usług i aktywności w związku z udziałem w Carnavalu Sztukmistrzów - – porównanie publiczności „nowej” i „powracającej”.

## Z jakich usług i aktywności skorzystał/a lub zamierza Pan/Pani korzystać podczas Carnavalu Sztukmistrzów?



Narzędzie: Datawrapper

źródło: opracowanie własne

Podobnie jak w przypadku pozostałych badanych festiwali, stała publiczność Carnavalu poleca go ze zdecydowaną większą pewnością niż publiczność „nowa” (81,5% odpowiedzi „na pewno polecę” vs 71,1%). Są to również osoby znacznie silniej przekonane o swoim

powrocie na festiwal w przyszłości (62,6% zadeklarowało, że zrobi to „na pewno”, vs 35,2% w grupie osób „nowych”). Wśród osób będących na Carnavale pierwszy raz 20,3% w ogóle nie jest tego pewna (odpowiedź „ani tak, ani nie”, vs 5,5% wśród publiczności „powracającej”).

Choć różnice w ocenach Carnawalu pomiędzy dwiema grupami publiczności nie są duże różnice, warto je odnotować. Średnia ocen dla programu wydarzeń wyniosła 4,56 w przypadku publiczności nowej, zaś 4,47 w przypadku „starej”. Poziom artystyczny uzyskał, kolejno, średnie 4,42 i 4,51. Odwrotna sytuacja miała miejsce w odniesieniu do dostępu o informacji o festiwalu – był on oceniony lepiej przez publiczność „powracającą” niż przez publiczność „nową” (4,55 i 4,45) Punkt Informacyjny uzyskał nieco lepszą ocenę od publiczności „nowej” – 4,59 vs 4,52 od „powracającej”).

## Wpływ Carnawalu na miasto i mieszkańców

**Efekty ekonomiczne.** Carnaval jest okazją do nabywania wielu różnorodnych produktów i usług spoza oferty festiwalu

W 2023 roku nieco więcej niż połowa uczestników i uczestniczek Carnawalu Sztukmistrzów mieszkała poza Lublinem (52,6% vs 44,6% lublinian). Z danych wynika, że festiwal przyciąga zarówno osoby mieszkające niemal w całym województwie (łącznie 12,4% osób mieszka na terenie województwa poza samym Lublinem), jak i wielu miast w Polsce. W szczególności jest to Warszawa (aż 6,8% ogółu uczestników i uczestniczek). W porównaniu z wynikami uzyskanymi w 2017 roku widać, że Carnaval zdecydowanie zwiększył swoją zdolność do przyciągania turystów z odległych miejsc Polski.

Aż 75,1% osób niemieszkających w mieście deklaruje, że przyjechało do Lublina właśnie po to, aby wziąć udział w Carnavale Sztukmistrzów. Drugim najczęściej wskazywanym powodem przyjazdu do Lublina jest zwiedzanie (34,0% osób wybrało tę odpowiedź). Również w tym przypadku mamy znaczący wzrost w stosunku do 2017 roku, kiedy odpowiedź tę wskazało jedynie 20,0% osób.

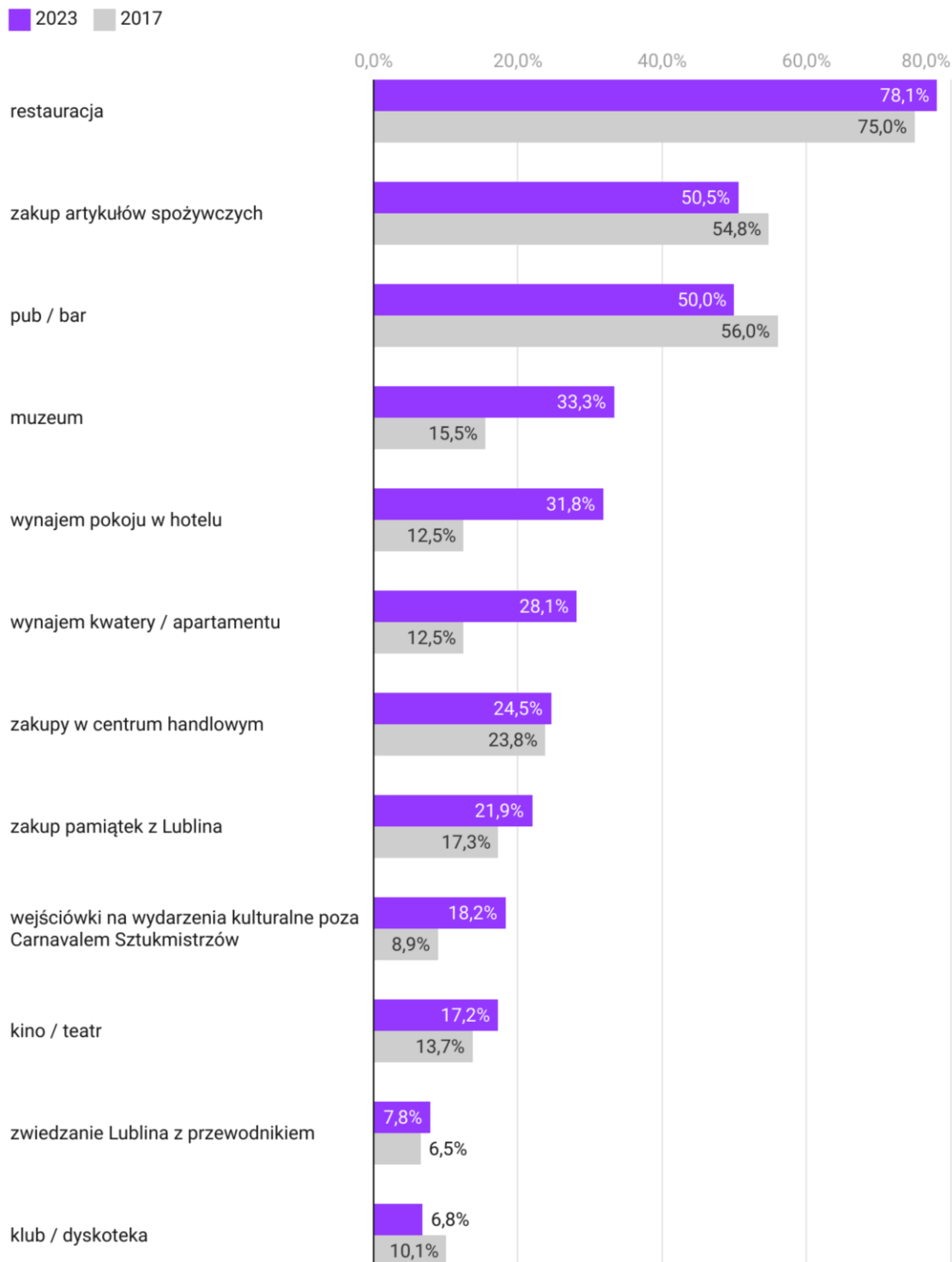
Osoby niemieszkające w Lublinie deklarują korzystanie z szeregu usług w związku z całonocnym pobytem w mieście. Niemal 80% deklaruje wyjście do restauracji, około połowa – wyjście do pubu lub baru lub zrobienie zakupów spożywczych. Jeśli chodzi o noclegi, 31,8% wynajmuje pokój w hotelu, zaś 28,1% - kwaterę lub apartament. Niemal co czwarta osoba robi zakupy w centrum handlowym.

Warto tu podkreślić, że w porównaniu do 2017 roku mamy do czynienia z ponad dwukrotnym wzrostem udziału osób korzystających z oferty hoteli (wzrost z 12,5% do 31,8%) oraz tych,

które wynajmują apartamenty lub kwatery (wzrost z 12,5% do 28,1%). Popularność pozostałych wymienionych tu usług nie zmieniła się w znaczący sposób, pomimo zdecydowanie bardziej pesymistycznych nastrojów ekonomicznych w 2023 roku.

Rysunek 12. Korzystanie z usług i aktywności w związku z pobytem w Lublinie; możliwość udzielenia dowolnej liczby odpowiedzi. Procent z udzielonych odpowiedzi.

### Z jakich usług korzysta / zamierza Pan/Pani korzystać podczas pobytu w Lublinie (nie tylko w czasie Carnawalu)?



Narzędzie: Datawrapper

źródło: opracowanie własne

Wyniki badania pokazują doskonale, że Carnaval Sztukmistrzów, przyciągając znaczne liczby osób spoza Lublina, ma znaczący, pozytywny wpływ na stan lokalnej gospodarki w branżach takich jak hotelarstwo i gastronomia.

Co istotne, uczestnicy i uczestniczki festiwalu niemieszkający w Lublinie chętnie korzystają z szerszej oferty kulturalnej miasta. 33,3% deklaruje wizytę w muzeum, 18,2% - zakup wejściówek na wydarzenia inne niż Carnaval, 17,2% - wizytę w kinie lub teatrze. Ponad 20% chce kupić pamiątki z Lublina; 7,8% zwiedzić miasto z przewodnikiem. Carnaval Sztukmistrzów ma więc pozytywny wpływ nie tylko na gospodarkę miasta, ale również jego życie kulturalne.

**Efekty wizerunkowe.** Carnaval kształtuje obraz Lublina jako miejsca magicznego i przesyconego kulturą. „Niesamowite” jest „u nas”

83,4% osób, które uczestniczyły w badaniu ankietowym, zgodziło się ze stwierdzeniem „Carnaval Sztukmistrzów sprawia, że jestem dumny/a z Lublina //// że mieszkańcy Lublina mogą być dumni ze swojego miasta” (przy czym kolejne 8,8% osób wybrało odpowiedź „nie wiem” lub nie udzieliło odpowiedzi na pytanie).

W wywiadach jakościowych lublinianie wielokrotnie podkreślali, że Carnaval jest dla nich okazją do pokazywania miasta, a właściwie, do chwalenia się miastem: „My jesteśmy u siebie, pokazujemy innym, lubimy.”; „Jesteśmy dumni z tego. Jesteśmy gospodarzami.” Inni z kolei mieli poczucie, że to świetnie mieć wydarzenie na tak wysokim poziomie, tak atrakcyjne i rozpoznawalne we własnym miejscu zamieszkania – że daje to możliwość uczestniczenia we wszystkim, co się chce i w taki sposób, w jaki się chce; że to „niezwykłe i niesamowite” dzieje się „u nas”.

Niewątpliwie więc festiwal jest uznawany nie tylko za atut życia w Lublinie, a także stanowi okazję do postawienia siebie w roli dumnego mieszkańca czy dumnej mieszkanki. Takie sytuacje – zakładające prezentowanie siebie wobec pewnego rodzaju publiczności, czyli osób przyjezdnych - są z kolei ważnym elementem kształtowania lokalnej tożsamości.

Z kolei nasi rozmówcy, którzy przyjeżdżali z innych części Polski, mieli szczególnie pozytywny obraz Lublina – i był to obraz silnie ukształtowany ich doświadczeniami z festiwalu. Jedna z uczestniczek wywiadów dobrze uchwyciła mechanizm kształtowania się takiego wizerunku:

Człowiek czuje emocjami i jak wraca w dane miejsce, to on nie pamięta praktycznie po kilku latach, co tam się działo, tylko on pamięta, jak on tam się czuł. I to ma mega duży wpływ, jak się gdzieś jedzie, wyjeżdża, wraca. (...) po prostu tęskni za takimi emocjami, że coś go [człowieka] tak fascynowało.

(kobieta, mieszka w jednej z miejscowości na Śląsku, była na dwóch edycjach festiwalu)

Osoby te opisywały Lublin jako miasto magiczne – oferujące niecodzienne doświadczenia i wydarzenia wyjątkowej jakości, miasto przesycone kulturą, która pojawia się w każdym zakątku i szczelnie wypełnia przestrzeń, czy też miasto pełne dynamiki, w którym ciągle coś się dzieje i wszędzie słychać języki z całego świata. Inni z kolei podkreślali też kameralność Lublina: to, że jest to miasto, w którym nie da się zgubić, i które sprawia wrażenie przytulnego. Poniżej przytaczamy dwa cytaty, które najlepiej opisują to, co przekazywali nam uczestnicy wywiadów spoza miasta.

Dla mnie takie specyficzne dla Lublina, charakterystyczne jest to, że to jest takie kameralne miejsce (...) I właśnie, faktycznie, że coś się dzieje, że jest jakaś sztuka itd. Lublin kojarzy mi się z takim miejscem, gdzie jest dużo kultury i jest dużo ludzi, którzy faktycznie organizują, że tam to jest takie żywe, (...) że cały czas są jakieś inicjatywy, jakieś pomysły, że tam cały czas się gotuje na różnych frontach.

(kobieta, mieszka we Wrocławiu, była na co najmniej czterech edycjach festiwalu)

Dla mnie [Stare Miasto w Lublinie] żyje nocą, jak jest magia tych świateł, tej infrastruktury, tej architektury, że po prostu idę i zachwyam się tymi uliczkami. Lublin jest takim miastem, że żyje, ono żyje o każdej porze dnia. Ono żyje rano, ono żyje w południe, ono żyje w nocy. Z każdego rogu gra muzyka, jest inne światło, inne dekoracje. Jest to miasto zadbane. (...) Moje dziecko było zachwycone multikulturowością tego miasta. Że idzie ulicą i spotyka ludzi z całego świata, z różnych narodowości, którzy rozmawiają w różnych językach i jednocześnie może w ten sposób przynajmniej dotknąć tych kultur i mieć inny obraz o świecie niż to, czym go faszeruje otoczenie.

(kobieta, mieszka w jednej z miejscowości na Śląsku, była na dwóch edycjach festiwalu)

**Efekty społeczne. Carnaval zbliża ludzi i wytwarza efemeryczne wspólnoty**

Carnaval jest okazją do zorganizowania spotkania z rodziną oraz znajomymi. W ten sposób rodzą się całe rytuały – coroczne zjazdy, na które zjeżdżają ludzie z całej Polski, wpisywane w kalendarze z dużym wyprzedzeniem i dbałością, żeby nie kolidowały z innymi wakacyjnymi planami. Jak opowiedziała nam jedna z uczestniczek wywiadów, z czasem z inicjatywą takich spotkań zaczęły wychodzić osoby, które ona sama w pierwszej kolejności zapraszała.

To w zasadzie jest w tym momencie taka rodzinna tradycja. Na tym etapie, gdy już byliśmy kilka razy, gdzie wyciągałam właśnie moją rodzinę, to tak naprawdę jest taki moment w roku, kiedy mój tata się odzywa – to kiedy jest ten karnawał, kiedy jedziemy i tak dalej. Więc to już nawet nie ja inicjuję ten wyjazd, tylko właśnie on. Więc taką mamy teraz tradycję zbudowaną.

(kobieta, mieszka w jednej z miejscowości na Śląsku, była na dwóch edycjach festiwalu)

Wizytom na Carnavale towarzyszą też spontaniczne spotkania z dalszymi znajomymi. Nasi rozmówcy opisywali takie zdarzenia jako wyjątkowo miłe i dające poczucie bycia u siebie. Jak podkreślają socjologowie, to właśnie utrzymywanie kontaktów z osobami, które nie należą do naszego najbliższego kręgu rodzinnego lub towarzyskiego, jest kluczowe dla podtrzymywania kapitału społecznego (Granovetter, dodam przypis).

Ponadto, według badanych w czasie Carnawalu w całym mieście panuje niezwykła atmosfera. Na ulicach jest ogrom ludzi, którzy uśmiechają się, są dla siebie życzliwi, przyjaźnie nastawieni. W zwykłe dni takiej atmosfery nie ma; nasi rozmówcy przypisywali ją oddziaływaniu Carnawalu na ludzi, a także obecności wielu osób przyjezdnych. Będąc razem na spektaklach widzowie razem reagują na to, co robią artyści i artystki. To z kolei wpływa, w ich opinii, na intensywność odczuwanych emocji: ludzie wzajemnie zarażają się radością i entuzjazmem.

Udział w Carnavale wywoływał w naszych rozmówcach poczucie, że współdzielą z innymi swoje przeżycia i emocje, a także – że wszyscy obecni stanowią swego rodzaju wspólnotę.

Skoro cały Lublin i bardzo duża część mieszkańców jest w stanie znaleźć się na jednym festiwalu, w tym samym celu, to może są też jakieś rzeczy, które nas łączą, a nie tylko dzielą.

(kobieta, mieszka w Lublinie, była na co najmniej czterech edycjach festiwalu)

Jakkolwiek byłaby ona efemeryczna, jest to sytuacja o dużej doniosłości społecznej. Rzadko bowiem zdarza się, żeby nieznajomi ludzie, w tak dużej liczbie, mieli poczucie, że coś ich łączy, a przy tym to coś nie jest antagonizujące wobec żadnej innej grupy społecznej (jak ma to miejsce podczas wyborów politycznych czy na wydarzeniach sportowych).

Wreszcie, obecność wielu ludzi o niecodziennym wyglądzie, w tym obcokrajowców z bardzo odległych części świata, wzbudza zaciekawienie. Co więcej, zwykle ci „inni” ludzie przynoszą ze sobą radość i zachwycający artystyczny kunszt. Jak stwierdziła jedna z naszych rozmówczyń, taki kontakt łamie wszelkie stereotypy, jakie możemy mieć w odniesieniu do osób o innym kolorze skóry, pochodzeniu itd. Inna z uczestniczek wywiadów opowiedziała o próbach ugoszczenia obcokrajowczyni spotkanej w jednej z peryferyjnych dzielnic Lublina:

Przyjechała taka grupa dziewczyn camperem; ja nie pamiętam, ile lat temu to było, ale z 10 na pewno. (...) Ona miała długie dredy, kolorowo tacy ubrani. I tam jeszcze była taka uliczka, gdzie żeby wszyscy mieli wodę, to była pompa. I ta dziewczyna te długie dredy w tej zimnej wodzie myła. Myśmy próbowali i tak z nią się porozumieć się z nimi (...). Chcieliśmy zaprosić ich jakoś, ale oni nie chcieli, tak nie mogliśmy się za bardzo dogadać, ale tacy byli sympatyczni., to było takie wow. I takie, no pamiętam, to było takie niesamowite uczucie. Bo to jeszcze dawniej, jak tej ulicy nie było [wielopasmówki przecinającej osiedle], to ludzie mniej więcej się znali. I takie coś przyjechało, takie jakieś święto.

(kobieta, mieszka w Lublinie, była na co najmniej siedmiu edycjach festiwalu)

**Efekty kulturowe. Carnaval pełni ważną rolę edukacyjną: kształtuje przyszłą publiczność kulturalną (zarówno wśród dzieci, jak i dorosłych)**

Z badania ilościowego wynika jasno, że Carnaval cieszy się dużą popularnością wśród rodzin, które mają dzieci – i to właściwie w każdym wieku. Nawet jeśli odsetki dzieci najmłodszych są dość niewielkie (7,2%), to wciąż jest to spora grupka maluchów, dla których udział w takim wydarzeniu jest prawdopodobnie jednym z najwcześniejszych życiowych doświadczeń tego typu. Dodajmy do tego 20,5% przedszkolaków – wówczas okazuje się, że więcej niż co czwarte dziecko biorące udział w Carnavale ma co najwyżej sześć lat!

Warto tu dodać, że uczestnicy i uczestniczki wywiadów jakościowych podkreślali, że dla towarzyszących im dzieci udział w Carnavale jest ogromnym przeżyciem – przyjmują go z wielką ciekawością oraz entuzjazmem. Co więcej, często jest tak, że to właśnie dzieci są głównym „motorem” wizyty na festiwalu. To one upominają się o niego i to dzięki nim część z dorosłych w ogóle na wydarzenie przychodzi. Wreszcie, dzieci naszych rozmówców po Carnavale zaczynały interesować się nowymi aktywnościami. Dla jednych było to ogólnie wzmacnianie się i wykonywanie różnych ćwiczeń siłowych, dla kolejnego – przygotowanie do fire show, dla jeszcze innego – dwuletnia przygoda z akrobatyką na szarfach.

Widać tu więc, że Carnaval ma niezwykle silny potencjał edukacyjny: im wcześniej dzieci traktują kulturę i sztukę jako coś, co po prostu „robi się” w czasie wolnym i z rodzicami, tym większa szansa, że w przyszłości same staną się członkami i członkiniami publiczności kulturalnej.

Efekty kulturowe. Carnaval to najlepszy czas odkryć „pierwszych razów” oraz kształtowania horyzontów aspiracji

Dla 81,8% publiczności Carnaval jest wydarzeniem, w którym normalnie nie wzięliby udziału. Jedynie 57,7% uznało go za coś, co rozwija ich zainteresowania, aż 27,5% osób wybrało tu odpowiedź „ani tak, ani nie”. Na tle wszystkich badanych festiwali Carnaval ma publiczność, która w najmniejszym stopniu widzi związek między wydarzeniem a swoimi zainteresowaniami (na pozostałych odsetki zgód ze stwierdzeniem wyniosły między 65,3% na Nocy Kultury a 73,9% na Innych Brzmieniach).

Niemniej, „pierwsze razy” na Carnavale były udziałem niemal wszystkich naszych rozmówców z wywiadów jakościowych. Dotyczyły one głównie sytuacji, w których sami stawali się wykonawcami na scenie. Artyści i artystki Carnavalu często wciągają publiczność w swoje występy – począwszy od zachęcania do żywych reakcji, aż po aktywny udział w występie na scenie. Warto podkreślić, że dla człowieka, który nie ma jakiegokolwiek obycia scenicznego, wyjście na środek, przed ludzi, i odgrywanie roli jednego z wykonawców, może być zawstydzające, jeśli nie paraliżujące. Tymczasem, na Carnavale ludzie nie mają przed tym większych oporów, choć, jak sami podkreślali, byli zestresowani i wiedzieli, że patrzy na nich cały tłum ludzi. Żadna z osób biorących udział w wywiadach nie wspominała tych sytuacji jako czegoś złego czy naruszającego ich granice. Wręcz przeciwnie, o takich zdarzeniach mówiono jako o czymś, co było nadzwyczajnie śmieszne i co jest do dzisiaj wspominane przez całą rodzinę.

Wydaje się, że taka otwartość na nowe doświadczenia – doświadczenia mocne, radykalne, całkowicie odbiegające od życia codziennego – pojawia się właśnie w efekcie szczególnej atmosfery życzliwości i spontaniczności, jaka ma miejsce na Carnavale.

Dla wielu osób, które wzięły udział w wywiadach, Carnaval był początkiem nowych zainteresowań i aktywności: nauki żonglowania, akrobatyki, buskingu. Niektórzy szukali kolejnych wydarzeń o tematyce cyrkowej, choć w tym przypadku wizyty w tradycyjnych cyrkach okazywały się rozczarujące.

Udział w Carnavale bywał też interpretowany jako okazja do pokazania dzieciom alternatyw dla tego, co jest w powszechnym obiegu; do pokazania zupełnie nowych możliwości działania, zainteresowań i pasji. Szczególnie, że to, co najbardziej zachwyca w Carnavale, to właśnie kunszt artystów i artystek wynikający z ich ciężkiej, wieloletniej pracy.

To jest takie motywujące, przede wszystkim dla dzieci, dla osób, które w dzisiejszych czasach czasami są tak ukierunkowane tylko prostolinijnie... Że można coś innego, można coś więcej. Dopóki jeżdżę z dzieckiem, to tak mi zależy, żeby pokazać alternatywy, że się da, bo tego nie zobaczy na zwykłej, swojej ulicy. I takie właśnie

zarażanie – że jest w świecie coś więcej, niż jakaś tam plaża na Malediwach, na której tylko się leży i nic więcej nie ma poza oceanem. A tu można z rogu na rok przejść i zobaczyć coś ciekawego, coś, co człowieku buduje, co w nim pracuje i rozwija na przyszłość.

(kobieta, mieszka w jednej z miejscowości na Śląsku, była na dwóch edycjach festiwalu)

W przytoczonym tu cytacie widać, że dla jednej ze stałych uczestniczek Carnaval jest narzędziem kształtowania pewnego horyzontu aspiracji u swoich dzieci – horyzontu, który wykracza poza konsumpcjonizm i to, co pokazywane w mediach.

**Efekty kulturowe. Udział w Carnavale to nie tylko przyjemność, ale przede wszystkim silne doznanie estetyczne i emocjonalne**

94,3% badanych zgadza się ze stwierdzeniem mówiącym o tym, że Carnaval jest przyjemną formą spędzania czasu (łącznie % odpowiedzi „zadecydowanie tak” i „tak”). Dla 92,7% festiwal pokazuje, że w Lublinie dzieje się wiele ciekawych rzeczy.

Z jakościowych wywiadów wynika również, że bycie na Carnavale jest traktowane w kategoriach obcowania ze sztuką. Wiele osób twierdziło, że to właśnie dzięki festiwalowi odkryło cyrk na nowo: porzuciło stereotypowe skojarzenia z „brudnym namiotem” i wykorzystywaniem zwierząt, a zaczęło dostrzegać, że wydarzenia cyrkowe mogą być niezwykle efektowne, i że mogą same w sobie stanowić przeżycie artystyczne.

...A tu jest tak jakby świat takiej magii i umiejętności, których ja nie mam. Ja nie rozumiem, jak to się dzieje, że ci ludzie to umieją. Też odwagę. (...). To jest inny świat, do którego ja wiem, że nie wejdem, ja wiem, że go nie poczuje, bo to nie jest mój świat, ale jestem ciekawa tego świata. I począwszy od żonglerów, tutaj mamy chodzenie po linie, taniec ognia i te przedstawienia, ale też to, że można z drugim człowiekiem. Ci aktorzy mają ze sobą, bo to przecież trzeba ogromne mieć zaufanie. To ja się nieraz zastanawiam, skąd on wie, w którym momencie, ile to trzeba wyćwiczyć między sobą, jaką więź mieć.

(kobieta, mieszka w Lublinie, była na co najmniej siedmiu edycjach festiwalu)

Nasi rozmówcy wielokrotnie nazywali Carnaval „świętem”: czasem, kiedy mogą zapomnieć o problemach, czasem intensywnych przeżyć i emocji. Co więcej, przeżycia biorą się nie tylko z tego, że „coś” się dzieje; dla naszych rozmówców jest to jasne, że ich wyjątkowość wpływa z faktu obcowania ze sztuką.

To jest taka okazja właśnie odcięcia się od codzienności. Idąc na Carnaval Sztukmistrzów nie martwię się życiem codziennym, prawda? Tylko jedynie jeszcze

mogę się martwić, czy będę mieć miejsce gdzie sięść. Zobaczenie tej sztuki blisko, tej bliskości. Bo co innego jest, czy się obejrzeć w telewizji, czy tam posłuchać w radiu, a tu siada się i się uczestniczy w tym, w tej sztuce.

(mężczyzna, mieszka w Lublinie, był na co najmniej czterech edycjach festiwalu)

Dla części badanych przez nas osób Carnaval był wręcz jedną z niewielu okazji, żeby mieć do czynienia ze sztuką; mówiły one wprost, że raczej tego kontaktu nie szukają i nie interesują się podobną tematyką. Tymczasem festiwal ma dla nich wyraźny wymiar artystyczny, który, co więcej, daje im wiele satysfakcji.

No mnie kiedyś nie było stać pójść do teatru często, od wielkiego święta się szło. A tutaj nagle człowiek idzie i widzi to, tamto, owamto i zachwyca się. I też tak jak pan powiedział, no ja z kulturą nie miałam wiele wspólnego, trochę czytałam, a nagle człowiek, wow, jest naładowany.

(kobieta, mieszka w Lublinie, była na co najmniej siedmiu edycjach festiwalu)

W tym kontekście należy bardziej docenić fakt, że większość programu Carnavalu jest dostępna „z ulicy” – bez barier wejścia w postaci drogich biletów, konieczności pozostawiania w określonym miejscu przez określony czas, odpowiedniego stroju i zachowania. Doskonale ujęła to jedna z naszych rozmówczyń dokonując porównania codziennej działalności środowiska związanego z nowym cyrkiem, z tym, jak wygląda festiwal:

Bardzo lubię to, że to jest festiwal, który się dzieje w mieście. Oczywiście są te przestrzenie dedykowane – namiot cyrkowy i tak dalej. Ale dużo rzeczy się dzieje w przestrzeni miejskiej. I to jest super, bo cyrk... A myślę, że akurat w Lublinie cyrk jest szczególnie, jest dużo cyrku. Ale czasem jest tak, że my jesteśmy za zamkniętymi drzwiami i trzeba wiedzieć albo znać kogoś, żeby się tam dostać, a nie każdy też ma odwagę. Więc wydaje mi się, że to jest super, że wychodzimy i jest dużo osób, które po prostu przechodząc natykają się na to.

(kobieta, mieszka we Wrocławiu, była na co najmniej czterech edycjach festiwalu)

Wreszcie, dla pojedynczych osób, z którymi rozmawialiśmy, udział w Carnavale był doświadczeniem pewnego przekroczenia, złamania barier uznawanych za oczywiste. Jedna z uczestniczek wywiadów opowiadała, że na festiwalu pierwszy raz uczestniczyła w swoim „freak show”. Warto dodać, że wydarzenie to zrodziło się spontanicznie, w późnych godzinach nocnych, w Barze Żongler, w którym przebywali się artyści oraz część publiczności. Opowiadała o robieniu sztuczek, które były niebezpieczne, częściowo zupełnie głupie lub nieprzyzwoite. Najważniejsze w tym doświadczeniu było jednak odczucie bezwzględnej wolności, pewnego rodzaju „dzikości”: tego, że nikt nie przejmował się ocenami innych i nie był przez nich oceniany, że każdy w nieskrępowany sposób robił to, co

podpowiadała mu intuicja, własne ciało i emocje (oraz zachęty publiczności). Nasza rozmówczyni wspominała to zdarzenie jako coś niesamowitego i niezwykle dla niej ożywczego.

Z kolei inna uczestniczka dobrze pamiętała swoje zdziwienie widokiem artystów i artystek Carnavalu na ulicach – tego, jak mieszkają w kamperach, myją się tam, gdzie mogą, ubierają kolorowo i dziwnie, a przy tym wydają się pełni radości, nieskrępowani zmartwieniami codziennego życia. Choć sama zwróciła uwagę, że takie życie jest charakterystyczne dla artystycznej bohemy i ma swoje ciemne strony, to jednocześnie przywiodło ją to do wniosku, że w życiu warto mniej się bać, a mieć więcej spontaniczności i otwartości na drugiego człowieka.

W takim sensie – naruszania granic życia codziennego – Carnaval jest dla części swojej publiczności prawdziwym społecznym karnawalem. To nie tylko czas niezwyklej intensywności i zawieszenia codziennych porządków. To również doświadczenie, które zostawia ślad w postaci uświadomienia sobie, że to, co znamy, może być inne, i to nie w wyobrażeniach tylko – tu i teraz. Czy takie efekty są udziałem wielu ludzi? Z pewnością nie. Niemniej, w socjologii struktura życia codziennego jest uznawana za jedną z najbardziej sztywnych, najtrudniejszych do uświadomienia, nie mówiąc o jej zmianie. Sam więc fakt, że Carnaval niejako oferuje mechanizm podważania przekonań, jakie ludzie mają wobec otaczającej ich rzeczywistości, jest wart dostrzeżenia.

## Aneks

Tabela 10. Zestawienie odpowiedzi na pytanie otwarte dotyczące sugerowanych zmian w Carnavale Sztukmistrzów.

<b>Czego Carnaval Sztukmistrzów powinien robić WIĘCEJ?</b>	<b>Liczba w roku 2023</b>	<b>Procent</b>
wszystko ok, niczego	80	24,1%
po prostu występy, pokazy, artyści, atrakcje	56	16,9%
lepsz logistyka występów	38	11,4%
inne	36	9,0%
konkretnych elementów programu	32	9,6%
nie wiem	21	6,3%
rzeczy dla dzieci	15	4,5%
płatne występy	12	3,6%
wyższa jakość, rozpoznawalność, różnorodność	11	3,3%
ogólnie więcej! przestrzeni miejsc czasu wydarzeń nocy atrakcji	10	3,0%
warsztaty	6	1,8%
promocji	9	2,7%

źródło: opracowanie własne

Tabela 11. Zestawienie odpowiedzi na pytanie otwarte dotyczące sugerowanych zmian w Carnavale Sztukmistrzów.

<b>Czego Carnaval Sztukmistrzów powinien robić MNIEJ?</b>	<b>Liczba w roku 2023</b>	<b>Procent</b>
wszystko ok, niczego	156	60,2%
nie wiem	47	18,1%
przerwy, występy w słońcu	12	4,6%
konkretnych elementów programu, głównie fireshow	12	4,6%

<b>Czego Carnival Sztukmistrzów powinien robić MNIEJ?</b>	<b>Liczba w roku 2023</b>	<b>Procent</b>
inne	10	3,9%
płatne występy	7	2,7%
ludzie (tłum), kolejki, zamieszanie	5	1,9%
alkoholu	2	0,8%

Źródło: opracowanie własne

Tabela 12. Kategoryzacja odpowiedzi na pytanie otwarte „Carnival Sztukmistrzów to dla mnie...”

zabawa, rozrywka, impreza, wyjście	151	39,2%
cyrkowcy, chodzenie po linie, występy uliczne, pokazy cyrkowe	84	21,8%
interesujące, ciekawe, nowe + alternatywne	65	16,9%
sztuka, artystyczne, kultura	59	15,3%
przeżycia, doświadczenia, inspiracje, emocje	57	14,8%
fajnie, dobrze spędzony czas	51	13,2%
spotkanie, inni ludzie	35	9,1%
odpoczynek, czas wolny, wakacje, urlop	34	8,8%
brak odpowiedzi	28	7,3%
atrakcje	28	7,3%
niezwykłość, magia, odskocznia	27	7,0%
atmosfera, vibe	25	6,5%
miasto, Lublin	21	5,5%
humor, śmiech, dzieciństwo, beztroska	20	5,2%
dzieci, rodzina	18	4,7%
dużo ludzi, tłum	14	3,6%
niezapomniane, wspomnienia	12	3,1%
poznawanie, odkrywanie, dowiadywanie się	12	3,1%

foodtrucki, jedzenie	9	2,3%
wypad, wyjazd, weekend	9	2,3%
plener	5	1,3%
wysoka jakość	2	0,5%
festiwal	1	0,3%
alkohol	1	0,3%

źródło: opracowanie własne

Tabela 13. Oceny Carnawalu Sztukmistrzów jako wydarzenia.

<b>W jakim stopniu zgadza się Pan/Pani z poniższymi stwierdzeniami?</b>	<b>zdecydowanie tak</b>	<b>tak</b>	<b>ani tak, ani nie</b>	<b>nie</b>	<b>zdecydowanie nie</b>	<b>nie mam zdania</b>
Udział w Carnavale jest przyjemną formą spędzania czasu.	64,1%	30,2%	2,5%	0,8%	0	0,8%
Carnaval pokazuje, że w Lublinie dzieje się dużo ciekawych rzeczy.	72,0%	20,7%	2,3%	0,5%	0,3%	0,8%
Carnaval sprawiają, że jestem dumny/a z Lublina / że mieszkańcy Lublina mogą być dumni ze swojego miasta.	58,5%	24,9%	6,0%	1,3%	0,5%	3,4%
Dzięki Carnawalowi uczestniczę w wydarzeniach, w których normalnie nie wziąłbym / nie wziąłabym udziału.	59,30%	22,5%	9,1%	3,4%	1,0%	0,5%
Carnaval rozwija moje zainteresowania.	33,9%	23,8%	27,5%	5,7%	1,0%	3,4%

źródło: opracowanie własne

## Literatura cytowana

Addo, P.-A. (2009). Anthropology, festival, and spectacle. "Reviews in Anthropology", 38(3), 217–236.

Bagiran, D., & Kurgun, H. (2016). A research on social impacts of the Foça Rock Festival: The validity of the Festival Social Impact Attitude Scale. "Current Issues in Tourism", 19(9), 930-948.

Bracalente, B., Chirieleison, C., Cossignani, M., Ferrucci, L., Gigliotti, M., & Ranalli, M. G. (2011). The economic impact of cultural events: The Umbria Jazz Music Festival. "Tourism Economics", 17(6), 1235-1255.

Brown, M. D., Var, T., & Lee, S. (2002). Messina Hof Wine and Jazz Festival: An economic impact analysis. "Tourism Economics", 8(3), 273-279.

Brownett, T., & Evans, O. (2020). Finding common ground: The conception of community arts festivals as spaces for placemaking. "Health & Place", 61, 102254.

Carnwath, J. D., & Brown, A. S. (2014). *Understanding the value and impacts of cultural experiences*. Arts Council England.

Colombo Vilarrasa, A. (2016). How to evaluate cultural impacts of events? A model and methodology proposal. "Scandinavian Journal of Hospitality and Tourism", 16(4), 500-511.

Cole, S. T., & Chancellor, C. (2008). Examining the festival attributes that impact visitor experience, satisfaction and re-visit intention. "Journal of Vacation Marketing", 15(4), 323–333.

Collins, A., & Cooper, C. (2017). Measuring and managing the environmental impact of festivals: The contribution of the ecological footprint. "Journal of Sustainable Tourism", 25(1), 148-162.

Cudny, W. (2016). *Festivalisation of urban spaces: Factors, processes and effects*. Springer.

Daniels, M. J., Backman, K. F., & Backman, S. J. (2004). Supplementing event economic impact results with perspectives from host community business and opinion leaders. "Event Management", 8(3), 117-125.

De Bres, K., & Davis, J. (2001). Celebrating group and place identity: A case study of a new regional festival. "Tourism Geographies", 3(3), 326-337.

Deery, M., & Jago, L. (2010). Social impacts of events and the role of anti-social behaviour. "International Journal of Event and Festival Management", 1(1), 8-28.

Devesa, M., & Roitvan, A. (2022). Beyond economic impact: The cultural and social effects of arts festivals. W: E. Salvador, J. S. Pedersen (Red.), *Managing cultural festivals* (s. 189-209). Routledge.

Duffy, M., & Mair, J. (2017). *Festival encounters: Theoretical perspectives on festival events*. Routledge.

Durkheim, É. (2010). *Elementarne formy życia religijnego. System totemiczny w Australii*. Wydawnictwo Naukowe PWN.

Dwyer, L., & Jago, L. (2018). Valuing the impacts of festivals. W: J. Meir (Red.), *The Routledge handbook of festivals* (s. 41-52). Routledge.

Edensor, T., & Andrews, J. (2019). Walking the creek: Reconnecting place through light projection. "Geographical Research", 57(3), 263-274.

Edensor, T., & Sumartojo, S. (2018). Reconfiguring familiar worlds with light projection: The Gertrude street projection festival, 2017. "GeoHumanities", 4(1), 112-131.

Fincher, R., & Iveson, K. (2008). *Planning and diversity in the city: Redistribution, recognition and encounter*. Palgrave Macmillan.

Fredline, L., Jago, L., & Deery, M. (2003). The development of a generic scale to measure the social impacts of events. "Event Management", 8(1), 23-37.

Getz, D. (2007). *Festivals, special events and tourism: A handbook for the development of festivals*. Emerald Group Publishing.

Getz, D. (2008). Event tourism: Definition, evolution, and research. "Tourism Management", 29(3), 403-428.

Getz, D., Andersson, T. D., Armbrecht, J., & Lundberg, E. (2018). The value of festivals. W: J. Meir (Red.), *The Routledge handbook of festivals* (s. 22-30). Routledge.

Głuchowski, P., & Klimkowska, M. (2021). Między utopijnością a rzeczywistością. Heterotopia Nocy Kultury. W: A. Kołtun, J. Wawiórka-Kamieniecka (Red.), *Spisane po Nocach Kultury. 13 tekstów o formie wydarzenia, publiczności i przestrzeni* (s. 295-316). Dostępne pod adresem: <https://www.umcs.pl/pl/-spisane-po-nocach-kultury-ksiazka,24367.htm> [Dostęp 12.10.2024].

Granovetter, M. (1983). The strength of weak ties: A network theory revisited. "Sociological Theory", 1(2), 201-233.

Grunwell, S., Ha, I., & Swanger, S. L. (2011). Evaluating the economic and fiscal impact of an international cultural heritage festival on a regional economy: Folkmoot USA. "Tourism Culture & Communication", 11(2), 117-130.

Hawkins, C. J., & Ryan, L. A. J. (2013). Festival spaces as third places. "Journal of Place Management and Development", 6(3), 192-202.

Jaeger, K., & Mykletun, R. J. (2013). Festivals, identities, and belonging. "Event Management", 17(3), 213-226.

Jeffres, L. W., Bracken, C. C., Jian, G., & Casey, M. F. (2009). The impact of third places on community quality of life. "Applied Research in Quality of Life", 4, 333-345.

Johansson, M., & Kociatkiewicz, J. (2011). City festivals: Creativity and control in staged urban experiences. "European Urban and Regional Studies", 18(4), 392-405.

Kietlińska, B. (2021). Noc Kultury jako Miasto-Teatr. W: A. Kołtun, J. Wawiórka-Kamieniecka (Red.), *Spisane po Nocach Kultury. 13 tekstów o formie wydarzenia, publiczności i przestrzeni* (s. 259-270). Dostępne pod adresem: <https://www.umcs.pl/pl/-spisane-po-nocach-kultury-ksiazka,24367.htm> [Dostęp 12.10.2024].

Kim, K., & Uysal, M. (2003). Perceived socio-economic impacts of festivals and events among organizers. "Journal of Hospitality and Leisure Marketing", 10(3-4), 159-171.

Klamer, A., Petrova, L., & Kiss, D. E. (2022). Cultural value of a festival: The quality evaluator for assessing impact. W: E. Salvador, J. S. Pedersen (Red.), *Managing cultural festivals* (s. 210-231). Routledge.

Kołtun, A. (2019). The impact of outdoor cultural festivals on the city image: Lublin case study. W: W. Cudny (Red.), *Urban events, place branding and promotion* (s. 86-104). Routledge.

Kołtun, A. (2021). Czego można dowiedzieć się z Nocy Kultury. Poznawczy wymiar uczestniczenia w festiwalu. W: A. Kołtun, J. Wawiórka-Kamieniecka (Red.), *Spisane po Nocach Kultury. 13 tekstów o formie wydarzenia, publiczności i przestrzeni* (s. 191-223). Dostępne pod adresem: <https://www.umcs.pl/pl/-spisane-po-nocach-kultury-ksiazka,24367.htm> [Dostęp: 12.10.2024].

Krakowskie Biuro Festiwalowe. (2017). *Krakowskie festiwale muzyczne a potencjał kreatywny i gospodarczy miasta. Raport z badań*. Kraków. Dostępne pod adresem: <https://nck.pl/badania/raporty/raport-krakowskie-festiwale-muzyczne-a-potencjal-kreatywny-i-gospodarczy-miasta-> [Dostęp: 12.10.2024]

Kutwa, K. (2022). *Wpływ kultury na rozwój społeczno-gospodarczy w Polsce*. Polski Instytut Ekonomiczny. Dostępne pod adresem: <https://pie.net.pl/wp-content/uploads/2022/12/Wplyw-kultury-na-rozwoj-spooleczno-gospodarczy-w-Polsce.pdf> [Dostęp 12.10.2024].

Lau, C. Y., & Li, Y. (2015). Producing a sense of meaningful place: Evidence from a cultural festival in Hong Kong. "Journal of Tourism and Cultural Change", 13(1), 56–77.

Liu, C. R., Lin, W. R., Wang, Y. C., & Chen, S. P. (2019). Sustainability indicators for festival tourism: A multi-stakeholder perspective. "Journal of Quality Assurance in Hospitality & Tourism", 20(3), 296-316.

Liu, Y., & Chen, C. (2007). The effects of festivals and special events on city image design. "Frontiers of Architecture and Civil Engineering in China", 1, 255-259.

Long, P., & Robinson, M. (Red.). (2004). *Festivals and tourism: Marketing, management and evaluation*. Business Education Publishers Ltd.

M. Van Winkle, C., & M. Woosnam, K. (2014). Sense of community and perceptions of festival social impacts. "International Journal of Event and Festival Management", 5(1), 22-38.

McKercher, B., & Du Cros, H. (2002). *Cultural tourism: The partnership between tourism and cultural heritage management*. Routledge.

Morgan, M. (2008). What makes a good festival? Understanding the event experience. "Event Management", 12(2), 81-93.

Moscardo, G. (2007). Analyzing the role of festivals and events in regional development. "Event Management", 11(1-2), 23-32.

Muszyński, Z. (2021). Miejsce Nocy Kultury jako miejsce hybrydowe. Analizy w kontekście badań na pojęciu miejsca. W: A. Kołtun, J. Wawiórka-Kamieniecka (Red.), *Spisane po Nocach Kultury. 13 tekstów o formie wydarzenia, publiczności i przestrzeni* (s. 271-294). Dostępne pod adresem: <https://www.umcs.pl/pl/-spisane-po-nocach-kultury-ksiazka,24367.htm> [Dostęp 12.10.2024].

- O'Sullivan, D., & Jackson, M. J. (2002). Festival tourism: A contributor to sustainable local economic development?. "Journal of Sustainable Tourism", 10(4), 325–342.
- Okech, R. N. (2011). Promoting sustainable festival events tourism: A case study of Lamu, Kenya. "Worldwide Hospitality and Tourism Themes", 3(3), 193–202.
- Oldenburg, R. (1997). Our vanishing third places. "Planning Commissioners Journal", 25(4), 6-10.
- Oldenburg, R. (1999). *The Great Good Place: Cafes, Coffee Shops, Bookstores, Bars, Hair Salons, and Other Hangouts at the Heart of a Community*. Marlowe & Company.
- Olsen, C. S. (2013). Re-thinking festivals: A comparative study of the integration of culture and tourism. "Event Management", 17(3), 213-226.
- Pavluković, V., Armenski, T., & Alcántara-Pilar, J. M. (2017). Social impacts of music festivals: Does culture impact locals' attitude toward events in Serbia and Hungary? "Tourism Management", 63, 42-53.
- Peattie, L. (1998). Convivial cities. In M. Douglas & J. Friedmann (Red.), *Cities for citizens* (pp. 247–253). John Wiley & Sons.
- Pirnar, I., & Celebi, D. (2020). Sustainable festival and event tourism management. "Festival and Event Tourism Impacts", 53–66.
- Prentice, R., & Andersen, V. (2003). Festival as creative destination. "Annals of Tourism Research", 30(1), 7-30.
- Quinn, B. (2005). Arts festivals and the city. "Urban Studies", 42(5-6), 927–943.
- Quinn, B. (2006). Problematising festival tourism: Arts festivals and sustainable development in Ireland. "Journal of Sustainable Tourism", 14(3), 288–306.
- Quinn, B. (2018). Festivals and social sustainability. W: J. Mair (Red.) *The Routledge handbook of festivals* (pp. 53-61). Routledge.
- Richards, G., & Palmer, R. (2010). *Eventful cities: Cultural management and urban revitalisation*. Butterworth-Heinemann.
- Richards, G., & Wilson, L. (2004). The impact of cultural events on city image: Rotterdam, cultural capital of Europe 2001. "Urban Studies", 41(10), 1931–1951.

Rivera, M. A., Hara, T., & Kock, G. (2008). Economic impact of cultural events: The case of the Zora! Festival. "Journal of Heritage Tourism", 3(2), 121-137.

Robertson, M., Rogers, P., & Leask, A. (2009). Progressing socio-cultural impact evaluation for festivals. "Journal of Policy Research in Tourism, Leisure and Events", 1(2), 156-169.

Rota, F. S., & Salone, C. (2014). Place-making processes in unconventional cultural practices: The case of Turin's contemporary art festival Paratissima. "Cities", 40, 90-98.

Saayman, M., & Rossouw, R. (2011). The significance of festivals to regional economies: Measuring the economic value of the Grahamstown National Arts Festival in South Africa. "Tourism Economics", 17(3), 603-624.

Snowball, J. D., & Antrobus, G. G. (2002). Valuing the arts: Pitfalls in economic impact studies of arts festivals. "The South African Journal of Economics", 70(8), 1297-1319.

Szuła, A., & Stępnia, M. (2021). Sposoby przedstawiania Lublina podczas festiwalu Noc Kultury 2019. Wnioski z analiz opisów i zdjęć użytkowników Instagrama. W: A. Kołtun, J. Wawiórka-Kamieniecka (Red.), *Spisane po Nocach Kultury. 13 tekstów o formie wydarzenia, publiczności i przestrzeni* (s. 317-343). Dostępne pod adresem: <https://www.umcs.pl/pl/-spisane-po-nocach-kultury-ksiazka,24367.htm> [Dostęp 12.10.2024].

Tohmo, T. (2005). Economic impact of cultural events on local economies: An input-output analysis of the Kaustinen Folk Music Festival. "Tourism Economics", 11(3), 431-451.

Turner, V. (1969). *The Ritual Process: Structure and Anti-Structure*. Aldine Press.

Turner, V. (1982). *Celebration: Studies in festivity and ritual*. Smithsonian Institution Press.

Turner, V. (1984). Liminality and performance genres. W: J. MacAloon (Red.), *Rite, drama, festival, spectacle: Rehearsals toward a theory of cultural performance* (s. 30-53). Institute for the Study of Human Issues.

Vecco, M., & Srakar, A. (2017). Blue notes: Slovenian jazz festivals and their contribution to the economic resilience of the host cities. "European Planning Studies", 25(1), 107-126.

Whitford, M. (2009). A framework for the development of event public policy: Facilitating regional development. "Tourism Management", 30(5), 674-682.

Wynn, J. R. (2015). *Music/City: American Festivals and Placemaking in Austin, Nashville, and Newport*. University of Chicago Press.

Woosnam, K. M., Aleshinloye, K. D., & Maruyama, N. (2016). Solidarity at the Osun Osogbo Sacred Grove – a UNESCO world heritage site. "Tourism Planning and Development", 13(3), 274-291.

Woosnam, K. M., Aleshinloye, K. D., Van Winkle, C. M., & Qian, W. (2014). Applying and expanding the theoretical framework of emotional solidarity in a festival context. "Event Management", 18(2), 141-151.

Yolal, M., Gursoy, D., Uysal, M., Kim, H., & Karacaoglu, S. (2016). Impacts of festivals and events on residents' well-being. "Annals of Tourism Research", 61, 1–18.

Yozukmaz, N., Bertan, S., & Alkaya, S. (2020). Festivals' social impacts and emotional solidarity. "International Journal of Event and Festival Management", 11(2), 239-253.

## Zespół badawczy

Aleksandra Kołtun

Doktor nauk społecznych, właścicielka firmy Badania do działania, koordynatorka Monitoringu i Ewaluacji w Europejskiej Stolicy Kultury Czeskie Budziejowice 2028, współautorka strategii badawczej dla Europejskiej Stolicy Kultury Katowice/GZM 2029 - Kandydat. Wieloletnia pracownica Wydziału Filozofii i Socjologii UMCS oraz współpracownica Warsztatów Kultury w Lublinie, Fundacji T.E.A.M. Teatrikon, Fundacji Impact. Specjalizuje się w prowadzeniu wielowymiarowych projektów ewaluacyjnych w obszarze kultury, edukacji i rozwoju społecznego.

Oskar Adamus

Od 10 lat związany zawodowo z instytucją Katowice Miasto Ogrodów – gdzie pracował przy różnych projektach: festiwalach, warsztatach, wystawach. Koordynator biura ESK Katowice GZM 2029. Przez wiele lat współtworzył Medialab Katowice, interdyscyplinarny projekt łączący kulturę, sztukę i technologię. Absolwent Uniwersytetu Jagiellońskiego.

Przemysław Głuchowski

Doktorant socjologii na UMCS w Lublinie. Współpracuje z Warsztatami Kultury w Lublinie, a jego zainteresowania naukowe koncentrują się na współczesnych przemianach kulturowych, ze szczególnym uwzględnieniem tematyki festiwalu miejskich. Ambitnie planuje ukończyć swój doktorat w wyznaczonym terminie. W czasie poza nauką pisze krótkie formy prozatorskie.

Małgorzata Klimkowska

Absolwentka socjologii Wydziału Filozofii i Socjologii UMCS. Badawczo zainteresowana obszarami związanymi z socjologią miasta, socjologią kultury oraz teorią krytyczną. Brała udział w różnorodnych projektach badawczych min.: Wpływ pandemii na sektor kultury w Katowicach, Lublinie i Wrocławiu (koordynatorka badań), Wymyślmy wspólnie Lublin. Partycypacyjnie tworzymy inteligentną strategię 2030 (realizacja badań jakościowych oraz konsultacyjnych punktów mobilnych), badania ewaluacyjne projektu Mistrzostwa Polski w Projektowaniu Gier. Turniej Trójgamiczny (realizacja badań jakościowych w projekcie), Ewaluacja działań informacyjno-promocyjnych w ramach Regionalnego Programu Informacyjnego Województwa Lubelskiego na lata 2014 - 2020 (realizacja badań jakościowych w projekcie).

Anastazja Szuła

Doktorantka nauk o zdrowiu na Uniwersytecie Medycznym im. Karola Marcinkowskiego w Poznaniu. Ukończyła kognitywistykę na UMCS w Lublinie. Obecnie prowadzi wywiady fenomenologiczne i bada doświadczenie czasu u chorych i zdrowych. Liczy, opisuje, wizualizuje.